МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА
Кафедра теоретических и публично-правовых дисциплин

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Заведующий кафедрой

Доктор юридических наук, профессор

О.Ю. Винниченко

«____»_____2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
магистра

«ЗАЩИТА ПРАВА НА ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

40.04.01 Юриспруденция
Магистерская программа «Защита прав человека и бизнеса»

Выполнила работу
студентка 3 курса
заочной формы обучения
Дорошенко Анастасия Владимировна

Научный руководитель
канд. юрид. наук, доцент
Григорьев Александр Сергеевич

Рецензент
старший судебный пристав - начальник Тюменского РОСП УФССП России по Тюменской области
Шидин Михаил Сергеевич

г. Тюмень
2021

Дорошенко Анастасия Владимировна. Защита права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: выпускная квалификационная работа магистра: 40.04.01. Юриспруденция, магистерская программа «Защита прав человека и бизнеса» / А.В. Дорошенко; науч. рук. А.С. Григорьев; рец. М.С. Шидин; Тюменский государственный университет, Институт государства и права, Кафедра теоретических и публично-правовых дисциплин. – Тюмень, 2021. – 63 с. Библиогр. список: с. 62-69 (69 назв.)

Ключевые слова: высшее профессиональное образование, юриспруденция, деловая репутация, диффамация, юридические лица, индивидуальные предприниматели, судебная защита.

Содержание

Введение 4
Глава 1. Общие положения и ключевые понятия в сфере защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей .. 8
1.1 Деловая репутация как правовая категория 8
1.2. Понятие и сущность диффамации 15
1.3 Гражданско-правовое регулирование права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 21
Глава 2. Способы защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 27
2.1. Российский и зарубежный опыт правового регулирования защиты права на деловую репутацию 27
2.2. Характеристика отдельных гражданско-правовых способов защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 36
2.3. Особенности защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в сети «Интернет» 49
Заключение 59
Список использованных источников и литературы 62

Введение

Актуальность темы диссертационного исследования. Любому гражданину или организации, согласно Основному закону, гарантируется защита и охрана его прав и свобод, его материальных и нематериальных благ, которые признаны высшей ценностью. Базовое нематериальное право на защиту деловой репутации, отражающее положение отдельных лиц либо организаций в обществе, особенно в профессиональной среде имеет большую ценность и нуждается в грамотной и полноценной правовой защите.

В целом под репутацией понимается сложившееся всеобщее суждение о превосходствах и недостатках человека, следственно, деловая репутация предполагает оценку профессиональных качеств и свидетельствует о наличии у лица определенных профессиональных, деловых характеристик. С учетом современных условий конкуренции, лицо, осуществляющее предпринимательскую действие, тяготится к созданию совершенной деловой репутации, от того что это гарантирует успешность его деятельности, достижение целей и становление. В свою очередь умаление деловой репутации в обществе может повлечь за собой отрицательные итоги для бизнеса.

Востребованность охраны деловой личной репутации участников предпринимательского процесса на сегодняшний день значительно возросла, поскольку возникает все больше способов распространения информации до социума, в частности интернет, медиа и соцсети. Больше того распространение информации осуществляется за короткий период времени. Естественно, становление информационных технологий в современном мире имеет большое положительное значение, но вместе с этим можно выявить ряд опасностей и проблем, в частности из-за отсутствия соответствующего законодательного регулирования. Для современной информационной реальности характерен неконтролируемый постинг ложной, направленной на снижение доверия по отношению к субъектам права сведений, анализ которых и является одной из целей данного научного изыскания.

В современных реалиях, когда всякое лицо владеет широким кругом прав и воль, в том числе и право на поиск, приобретение и распространение информации, которые прямо либо косвенно граничат с правом на деловую репутацию, перед законодателем стоит важная задача - найти баланс между интересами всех субъектов конкретных правоотношений, в данном аспекте речь идет об интересах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и неопределенного круга лиц, которые потенциально могут посягнуть на деловую репутацию указанных субъектов.

Дискуссии относительно основных положений, относящихся к деловой репутации, ведутся в доктрине гражданского права довольно продолжительное время, достаточно поверхностно они урегулированы и на законодательном уровне, в связи с этим отсутствуют однозначные подходы в судебной практике. Безусловно, изучение правовой природы деловой репутации имеет значительную практическую ценность, поскольку невозможно гарантировать полноценную правовую защиту нарушенного права без надлежащего его определения. Не удалось исключить пробелы в законодательство путем модернизации главы 8 Гражданского кодекса Российской Федерации, изменения в которую вступили в законную силу 1 октября 2013 года. Пересмотр положений о защите нематериальных благ обусловлен большой и давно назревшей необходимостью, однако по истечении времени стало очевидно, что в результате реформации решить выявленные практикой пробелы в полной мере не удалось.

Цель и задачи исследования. Цель представляет собой всесторонний, комплексный, подробный анализ концепции права гарантии и обеспечения трудовой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Вытекающими из поставленной цели задачами анализа являются следующие:

1) обозначить специфику концепции деловой репутации в рамках системы нематериальных прав, установить ее соотношение с объектами гражданских прав, изучить юридическую природу права юридических лиц и индивидуальных предпринимателей обладать и пользоваться им;

2) провести анализ такого понятия как «диффамация», определить его место в современной доктрине, российском законодательстве и судебной практике, установить значимость данного института в российском праве;

3) провести сравнительный анализ зарубежного и российского опыта в сфере обеспечения и гарантии деловой репутации физических и юридических лиц;

4) определить и проанализировать способы гарантирования неприкосновенности и целостности деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, предложенные российским законодательством, проанализировать сложившуюся судебную практику по делам, связанным с защитой указанного права.

Объектом исследования являются общественные отношения, регламентирующие и видоизменяющие право гарантии деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Предмет исследования – это совокупность нормативно-правовых актов, эффективно регулирующих право юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на всестороннюю защиту их деловой репутации, судебная практика по данному вопросу и научные исследования, посвященные защите деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Теоретическая основа работы базируется на научных исследованиях известных цивилистов и теоретиков права нашей страны: С.С. Алексеев, М.И. Брагинский, С.Н. Братусь, В.В. Витрянский, О.С. Иоффе, О.А. Красавчиков, Н.И. Матузов, А.В. Малько, А.П. Сергеев, Е.А. Суханов, Ю.К. Толстой и другие.

Нормативную основу исследования составляют Конституция Российской Федерации, международные акты, национальное законодательство, в частности федеральные законы и подзаконные нормативные правовые акты, а также зарубежное законодательство, сравнительный анализ которого представлен в параграфе 2.1 настоящего магистерского исследования.

Эмпирическую базу исследования составляют различные материалы судебной практики Европейского Суда по правам человека, акты Конституционного Суда РФ, Верховного Суда РФ, арбитражных судов Российской Федерации и судов общей юрисдикции по делам о защите деловой репутации индивидуальных предпринимателей и юридических лиц.

Структура исследования состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников и литературы.

Первая глава магистерского исследования посвящена общим, теоретическим положениям в сфере защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Во второй главе представлены результаты комплексного и всестороннего исследования конкретных механизмов обеспечения гарантии сохранности права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Глава 1. Общие положения и ключевые понятия в сфере защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

1.1 Деловая репутация как правовая категория

Деловая репутация как гражданско-правовая категория нашла свое закрепление в Гражданском кодексе Российской Федерации (далее – ГК РФ) – основном, можно сказать, базовом нормативном правовом акте, регулирующем гражданские правоотношения. Указанная дефиниция давно приняла обличие законодательного термина, несмотря на свое больше социальное происхождение, нежели правовое, и активно используется во многих нормативных актах, однако понятие деловая репутация на сегодняшний день не имеет легального определения и прямого закрепления в законодательстве. В ст. 150 ГК РФ отмечается, что концепция деловой репутации – это специфическое нематериальное благо, которое регламентируется в соответствии с действующими в Российской Федерации законодательными нормами. Также юридические тезисы ст. 128 ГК РФ свидетельствуют о том, что деловая репутация как неотъемлемая составляющая комплекса нематериальных благ причисляется к совокупности объектов гражданских прав, которым присущи признаки оборотоспособности, дискретности и другие.

Исторически концепция деловой репутации закрепилась как правовое понятие в результате развития предпринимательских отношений в Средние века и имела экономическую ценность для субъектов, принимающих участие в торговых отношениях[1], поскольку предприниматель, имеющий положительную репутацию, имел и более весомые конкурентные преимущества на рынке, как следствие у него увеличиласьи прибыль. Этим обусловлена и необходимость защиты субъектом своей деловой репутации.

Относительно социальной стороны деловой репутации, в современном обществе деловая репутация, в частности, компании ли же физического лица – это отдельное специфическое социальное явление. Разумеется, понятие

[1] Покровский И.А. История римского права. М., Статут. – 2004. – 540 с.

«репутация» намного шире, чем понятие «деловая репутация». Репутация в целом - это некий набор положительных и отрицательных характеристик объекта, которые воспроизведены в общественном сознании как мнение. Репутация - это в любом случае мнение, которое формируется вследствие анализа существующей информации об объекте[2]. Причем такое мнение может иметь подвижный характер, ведь представление общества об определенном человеке или организации может изменяться в любой момент и в любую сторону ввиду различных обстоятельств.

Отметим, что необходимо различать репутацию в целом, под которой подразумевается сложившееся о лице «мнение, основанное на оценке общественно значимых качеств», и деловую репутацию, то есть оценку профессиональных характеристик субъекта [3]. В отечественной науке предложено множество подходов к определению понятия «деловая репутация». Согласно узкому подходу к определению под деловой репутацией понимается совокупный комплекс качеств, «с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей, коллег по работе и персонифицируется среди других профессионалов в этой области».

Если обратиться к более широкому подходу, то деловая репутация может быть определена как сопровождающееся оценкой общества отражение деловых качеств лица в общественном сознании[4]. Что касается непосредственно деловой репутации организации, то ее можно трактовать как оценку «производственной или иной деятельности в соответствии с его правовым статусом в условиях предпринимательских и рыночных отношений [5]. Отдельными авторами предлагается оценка еще и социально значимых качеств, но с этим трудно согласиться, поскольку такая оценка больше лежит в плоскости нравственности, ведь речь идет о каких-либо моральных характеристиках отдельного субъекта и конкретные факты проявления таких качеств больше

---

[2] Рудый Н.К. Правовая характеристика чести, достоинства и репутации // Юрист. - 2008. - № 3. – С. 9-11
[3] Гражданское право. Том 2. Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. М.: Проспект, 2011. – С. 646.
[4] Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда. Комментарий. М.: БЕК, 2000. – С. 103.
[5] Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона. М.: Норма, 2004. С.4.

присущи к категориям чести и достоинству, нежели деловой репутации, хотя и нельзя отрицать тесную взаимосвязь указанных понятий. Не возникает сомнений в том, что деловую репутацию в первую очередь необходимо трактовать как общественную оценку, которая формируется в сознании людей, ведь деловая репутация, в первую очередь, имеет не юридическое происхождение, закон не создает ее, а лишь охраняет право на деловую репутацию[6].

В число основных признаков деловой репутации непосредственно юридического лица или индивидуального предпринимателя, принципиально отличающих ее от иных нематериальных благ, можно отнести следующие признаки.

Первое – экономический признак. В деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя преобладает экономический аспект, это очевидный факт, не нуждающийся в доказывании. Сформированная в обществе положительная деловая репутация и оценка субъекта предпринимательской деятельности оказывает позитивное влияние на развитие его деятельности, формирование деловых связей, привлечение клиентуры, что в свою очередь сказывается на повышении прибыли – основной цели осуществления предпринимательской деятельности. Но особенно в момент ее умаления деловой репутации заметно проявление экономического признака деловой репутации, когда распространение порочащей субъекта предпринимательской деятельности информации, может причинить ему значительные материальные потери, убытки. Как указывал в одном из обзоров судебной практики Верховный Суд РФ, распространение порочащих сведений об организации или бизнесмене, умаляющая его деловую репутацию, влечет потерю покупательского интереса к товарам конкретного производителя продукции и возникновение у него убытков[11]. Иными словами, Верховный суд констатирует, что необходимость защиты деловой репутации юридического

---

[6] Резник Г.М., Скловский К.И. Честь. Достоинство. Деловая репутация: споры с участием СМИ / под общ. ред. К. И. Скловского. М.: Статут, 2006. -270 с.

лица напрямую зависит от тех имущественных последствий, которые влечет для хозяйствующего субъекта умаление его деловой репутации.

Второе – деловая репутация может являться средством индивидуализации в той или иной сфере деятельности, таким как товарный знак, коммерческое обозначение, фирменное наименование. В данном аспекте деловая репутация юридического лица или ИП отражает не равенство субъектов права, а, наоборот, их отличия.

Существует мнение о том, что у субъектов гражданского оборота имеется правовая возможность использовать чужую деловую репутацию при предоставлении другим лицам права на использование фирменных обозначений.

В этом контексте остро встает вопрос о **третьем** признаке, присущем нематериальным благам – неотчуждаемости. По авторитетному мнению А. В. Белявского и Н. А. Придворова, «неотделимость» означает, прежде всего, что у человека в обществе не может не быть моральной оценки и ее связь с личностью неразрывна. В то же время сама оценка немыслима без своего предмета[7].

Относительно указанного довода можно отметить, что действительно, в науке гражданского права деловая репутация организации зачастую характеризуется как имущество, но в особом понимании, особенно если речь идет о деловой репутации организации или предпринимателя. Связано это в том числе и с тем, что деловая репутация, как нематериальное благо, может быть передана другому лицу, например, по договору коммерческой концессии и простого товарищества, законодатель допускает такую возможность. Данный подход также прозвучал и в судебном деле Европейского Суда по правам человека в деле «Бузеску против Румынии» – в смысле статьи 1 Протокола к Европейской конвенции деловая репутация входит в состав имущества[8].

Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ в

---

[7] Белявский А. В., Придворов Н. А. Охрана чести и достоинства личности в СССР. М., 1971. – С. 32

[8] Бузеску против Румынии: постановление Европейского суда по правам человека по делу от 24 мая 2005 г. № 61302/00// Бюллетень Европейского Суда по правам человека. – 2005. – № 10.

определении № 53-КГ 17-12 от 11.07.2017 г. в свою очередь указала: «Наличие уникального наименования является неимущественным гражданским правом организации»[9].

Считаем, что деловая репутация как имущество не имеет физического воплощения, не поддается адекватной стоимостной и количественной оценке, хотя трудно отрицать, что положительная деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности оказывает значительное влияние на финансовое благополучие осуществляемого бизнеса.

Что касается возможности использования фирменных обозначений и использования при этом деловой репутации субъекта, то данное явление скорее выступает как отдельный вид недобросовестной конкуренции, получивший название «паразитарной конкуренции» или «паразитарного маркетинга». Его смысл заключается в использовании исключительных прав на средства индивидуализации и, как следствие, чужой деловой репутации с целью продвижения собственных товаров, услуг, не внося при этом изменений в существующее обозначение.

С учетом того, какая правовая связь возникает между рассматриваемым нематериальным благом и его обладателем, действительно, деловая репутация может рассматриваться как имущество, однако в таком случае законодателю следует предусмотреть такой правовой механизм, чтобы право на деловую репутацию, как и право собственности, обеспечивалось надлежащей защитой, на что и указывал Страсбургский суд в приведенном ранее решении.

Наконец, четвертый признак деловой репутации – это специфика ее возникновения, формирования у организации или гражданина-предпринимателя. Достаточно спорным в науке является вопрос о моменте возникновения деловой репутации. Авторы, изучающие данный вопрос предлагают различные мнения и различные предположения о том, при каких обстоятельствах и в какой момент организация или индивидуальный

[9] Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 11.07.2017 N 53-КГ17-12 [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 24.01.2021).

предприниматель приобретают деловую репутацию. Таким образом, можно выделить три группы подходов, сформировавшихся в гражданской науке, относительно момента возникновения деловой репутации.

Согласно первому подходу, деловая репутация возникает с момента государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя, то есть наделение субъекта правоспособностью влечет за собой и появление права на деловую репутацию[10], либо же субъективное право на деловую репутацию может возникать у каждого конкретного юридического лица только с момента начала осуществления предпринимательской деятельности в соответствии с нормами, установленными законом[11].

Второй подход сложился из мнений, что деловая репутация создается со временем, то есть относятся к числу приобретённых ценностей [12] и складывается в процессе осуществления деятельности исходя из общественной оценки тех дел и достижений или, наоборот, неудач и провалов, которые были совершены и претерплены обладателем.

Исходя из анализа третьего подхода к пониманию момента возникновения деловой репутации, можно констатировать о невозможности определения конкретного момента возникновения деловой репутации.

Проанализировав данные подходы авторов, возникает несколько вопросов. Во-первых, с какого момента будет начинаться точка отсчета и какой период времени должна осуществляться предпринимательская деятельность, чтобы можно было утверждать, что у конкретного субъекта-предпринимателя сформировалась деловая репутация в обществе, если исходить из понимания, предложенного второй группой ученых. С учетом данного подхода, момент возникновения деловой репутации становится довольно неопределённым. Каким образом будет осуществляться правовая защита организаций или предпринимателей, которые только начали осуществлять

---

[10] Смолина Л.В. Защита деловой репутации организации. - М., Волтерс Клувер. – 2010. –С. 17.
[11] Тимерханов А.А. Деловая репутация юридического лица : автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. – М., 2013. – С. 8.
[12] Иваненко Ю.Г. Актуальные вопросы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц : дисс. ... канд. юрид. наук. – М., 1998. – С. 19-20.

предпринимательскую деятельность?

Отдельно говоря, несостоятельность подхода к моменту возникновения деловой репутации очевидна и в отношении юридических лиц – органов государственной власти и местного самоуправления, за которыми деловая репутация признается, ведь на них также распространяется правовой режим, установленный для юр.лиц.

Таким образом, логично считать, что деловая репутация организации или предпринимателя возникает при его государственной регистрации. В таком случае деловая репутация, в начале периода осуществления предпринимательской деятельности может складываться из уже имеющейся информации либо исходя из характеристик лиц, которые являются учредителями компании и наконец, можно отправной точкой считать факт отсутствия каких-либо отрицательных характеристик и формировать деловую репутацию с нуля. В таком случае, исходя из принципов гражданского законодательства, презюмируется добросовестность субъектов гражданских правоотношений. Такой подход представляется наиболее юридически грамотным и определённым, поскольку субъекты правоотношений могут рассчитывать на правовую защиту рассматриваемого нематериального блага.

Таким образом, деловая репутация организации или индивидуального предпринимателя – это комплексная, многогранная и сложная характеристика. Действительно, существует противоречие между природой деловой репутации и закрепленного в ГК РФ определения. Данная категория на сегодняшний день не является устоявшейся и в науке гражданского права. Вместе с тем проанализированные подходы различных авторов, юристов, цивилистов, позволяют сделать вывод о неоднозначности правовой природы деловой репутации, которая, будучи объектом гражданских прав, имеет и имущественный, и неимущественный характер. Имущественная составляющая деловой репутации наиболее выражена в правоотношениях с участием субъектов предпринимательской деятельности, что вполне естественно, учитывая характер данного вида деятельности.

1.2. Понятие и сущность диффамации

Стоит отметить, что под юридическим понятием «диффамация» обычно подразумевается какое-либо правонарушение, суть которого – трансляция некоторой информации, порочащей честь гражданина или компании, его достоинство, деловую репутацию в различной степени. Диффамационные правоотношения, в соответствии с законодательством различных государств, могут регулироваться различными отраслями права, а сведения, которые могут быть признаны в качестве диффамации, в некоторых случаях достоверны, а в других – заведомо ложны. Все зависит от конкретной ситуации. В зарубежном законодательстве указанное понятие используется достаточно широко, кроме того активно применяется в постановлениях ЕСПЧ. Так, помимо всего, эта категория стала обозначением некоторых деяний, суть которых направлена на умаление конкретных личных неимущественных базовых прав. К ним относятся клевета, пренебрежение категорией чести, человеческого достоинства, дальнейшая целенаправленная или неосознаваемая передача ложных данных.

Еще в XIII веке в английском праве появились первые нормативные акты, регулирующие диффамационные правоотношения. В российской юриспруденции понятие «диффамация» вошло в оборот в середине XIX века сначала как уголовно-правовая категория, затем к исследованию этого феномена обратилась и гражданско-правовая наука.

С момента появления данного термина в российской правовой науке, дискуссионным является вопрос о том, что необходимо понимать под данным термином. В последние годы в российской науке появилось множество исследований на данную тематику с анализом законодательства различных правовых систем, судебной практики, зарубежных научных подходов к проблемам диффамации. Однако достичь солидарности современных правоведов по вопросам диффамации не удается, сегодняшние научные подходы к рассматриваемому явлению многообразны.

Непосредственно термин «диффамация» в российском законодательстве

не встретить. Российский законодатель зачастую, что показывает практика, применяет такое высказывание: «распространение не соответствующих действительности порочащих лицо сведений». Таким же образом выстроена логика в судебной деятельности, однако, стоит отметить, что официально этот термин был упомянут единожды в тезисах, выраженных в уже не раз упомянутом Постановлении Пленума ВС РФ №3. Там же и отмечено, что концепция диффамации тождественна понятию распространения не соответствующих действительности порочащих сведений, содержащемуся в статье 152 ГК РФ[13]. Таким образом, отечественные суды во время рассмотрения споров о защите деловой репутации, при этом ссылаясь в судебных решениях на юридические тезисы, которые упоминаются в постановлениях Европейского Суда по правам человека, за исключением нормативных утверждений российской системы законодательства, обязаны следовать из указанной конкретнойтрактовки термина «диффамация».

В текущей редакции положений ГК РФ нет определенных четких норм, регламентирующих сущность понятия диффамация, а также координирующих вытекающие из него ветви правоотношения. Актуальная трактовка диффамации в рамках отечественной юридической практики заключается в использовании информации из статьи 152 ГК РФ, на что и обращал внимание Верховный Суд в вышеназванном постановлении.

Внедрение в российское право международного подхода к диффамации, которая подразумевает распространение как соответствующих, так и не соответствующих действительности сведений, имеет некоторые значительные трудности, так как разница в контексте различия понятий достоверных, а также ложных данных несет значительную важность во время работы над проблемой стабильной гарантии права на обеспечение репутации в сфере деловых отношений.

Однако в том же Постановлении № 3 Пленум дал некоторые разъяснения,

---

[13] О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц: постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. № 3 // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 4. – 2005.

предложив два ключевых подхода в отношении диффамации в свете российского гражданского законодательства: когда диффамация представляет собой распространение объективно не связанных с реальной историей порочащих деструктивных данных или же во втором случае – реальных фактов, которые также негативно повлияют на репутацию.

Последствия предложенной дифференциации таковы, что распространение ложной информации приводит к законному праву гражданина или определенной компании в конкретные сроки обратиться в уполномоченный суд с иском, касающимся вопроса защиты опороченной, разрушенной деловой репутации, а также применить четко закрепленные законодательством инструменты ее реабилитации и защиты.

Распространение же порочащих, но правдивых сведений не попадает под понятие гражданско-правового деликта, поскольку «пазл» под названием состав гражданского правонарушения, закрепленный ГК РФ, не складывается ввиду отсутствия такой частички, как ложность сведений, которые были распространены. Таким образом, лицо распространившее такие сведения, не может быть привлечено к юридической ответственности.

В науке также отмечается, что институт диффамации является межотраслевым институтом права. Так, Е.С. Пальцев выделяет три вида диффамации и соответственно, что немаловажно, три ключевых типа ответственности применительно к конкретному звену права.

Так, гражданско-правовая диффамация по большей части проявляется в грубом несоблюдении права на неприкосновенность частной жизни, оскорблении и умалении чести человека, личного достоинства, пренебрежении и клевете в отношении его деловой репутации, создание и передача различной информации, расходящейся с реальностью. Уголовно-правовая диффамация – это фактическая умышленная или непреднамеренная клевета (что регулируется ст. 128.1 Уголовного кодекса РФ). В частности, клевета представляет собой производство и передачу заведомо отличающихся от правды сведений, оказывающих негативный эффект на состояние чести и достоинства какого-

либо гражданина, а также разрушающего индивидуальную репутацию. Стоит отметить, что изначально клевета рассматривалась как уголовное преступление, позднее данное деяние было декриминализировано, но законодатель, по всей видимости, осознав степень общественной опасности данного проступка, инкорпорировал клевету в УК РФ.

И наконец, административно-правовая, в свою очередь, напрямую выражается в объективном акте оскорбления или же вербальной клевете (ст. 5.61, а также 5.61.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях соответственно). Здесь стоит отметить, что основное отличие данных публично-правовых видов ответственности сводится к объекту правонарушения, уголовно-правовая диффамация определяет его более широко, учитывая, что в форме клеветы может подрываться репутация лица. Также разница заключается и в форме вины, где уголовная ответственность наступает только в случае умысла, такую форму уголовно-правовой диффамации называют также преднамеренной диффамацией.

В рамках предложенного подхода хотелось бы отметить, что современная международная юридическая практика, в том числе и позиции ЕСПЧ, склоняются к решению диффамационных споров в рамках гражданского законодательства, сама диффамация и методы обеспечения защиты и охраны личных гражданских неимущественных прав, включая базовое право на гарантию собственной чести, уважения достоинства и, конечно же, репутации, рассматриваются в рамках гражданско-правового поля.

С учетом того, что современное законодательство предусматривает лишь диффамацию, под которой подразумевается распространение порочащей информации не соответствующей действительности, цивилистами все чаще предлагаются идеи закрепления правдивой диффамации. Состоятельность данного предложения видится в том, что в любом случае распространения информации, порочащей лицо, хоть ложной, хоть правдивой, имеет намерение причинить вред. Распространенные сведения, которые пусть и не носят порочащий характер, но являющиеся глубоко личными для гражданина или

компрометирующими для организации, могут доставить определенные неудобства. Для организации это могут быть негативные последствия в условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке, что в целом может пусть и не сразу, но отразиться на деловой репутации. Видится ли в подобных поступках злоупотребление свободой слова или наоборот злоупотребление другой стороны на ограничение этого права на свободу слова – решать суду. Вместе с тем, законодатель дает определенные предпосылки к правовому закреплению правдивой диффамации, ведь юридические лица вправе воспользоваться возможностью публикации ответа в СМИ независимо от того, какая информация была опубликована в отношении него.

Для данного феномена авторами предлагается закрепить дефиницию «дискредитация», под которой необходимо понимать распространение правдивых сведений, не носящих порочащего характера, но способных подорвать доверие или умалять авторитет конкретного субъекта.

Способы защиты права на деловую репутацию, подробная характеристика которых будет дана дальше, вполне применимы и к дискредитации, как и к диффамации, за некоторыми исключениями. Не логично в случае дискредитации прибегать к опровержению сведений, поскольку предполагается распространение правдивой информации, не нуждающейся в иной, противоположной оценке, а вот наиболее состоятельным способом защиты нарушенного права видится право на ответ. Публикация ответа позволит пострадавшему выразить иную оценку ситуации, интерпретировать факты и «смягчить» тот вред, который причинен или мог бы быть причинен. Уместно будет и использование средств защиты, предполагающих финансовое искупление вины – компенсация морального вреда и материального ущерба.

Учитывая вышесказанное, цивилисты больше склоняются к мнению, что диффамация в отечественном праве – это гражданское правонарушение, в свою очередь оскорбление и клевета представляют собой специальные случаи публично-правового преследования, где субъектами правонарушений могут

выступать лишь физические лица. Учитывая особенность частноправовой ответственности, в сопоставлении с происходящим в сферах публичного законодательства, ГК РФ, как правило, содержит в значительной степени более конструктивные и действенные конкретно применительно к потерпевшему методики защиты определенных нарушенных личных прав. Это связано с различными факторами, но больше всего важно отметить то, что гражданско-правовая ответственность направлена на максимальную компенсацию нанесенного урона и восстановление нарушенных прав с помощью большого разнообразия правовых способов защиты, с возможностью их применения, и заранее рассчитанные на любые обстоятельства умаления прав. В отраслях же публичного права первоочередное значение имеет карательная функция юридической ответственности, что предполагает ответственность нарушителя перед государством.

1.3 Гражданско-правовое регулирование права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

Право юридического лица или индивидуального предпринимателя на деловую репутацию в объективном смысле – это совокупность норм, регулирующих правоотношения, которые складываются по поводу деловой репутации организации или предпринимателя. Поскольку законодатель наделяет указанных субъектов правом на деловую репутацию, следовательно, им же и должен обеспечиваться механизм защиты данного права.

В науке предлагаются различные теории, касающиеся наделения юридического лица и индивидуального предпринимателя правом на деловую репутацию. Особый научный интерес представляют следующие подходы к пониманию права на деловую репутацию юридического лица или ИП:

1. Теория законного интереса
2. Теория субъективного права на деловую репутацию.

Термин «законный интерес» достаточно широко используется в законодательстве, в научной литературе проведено множество исследований, касающихся законного интереса и его соотношения с субъективным правом. Согласно авторитетному мнению А.В. Малько, законный интерес – это «примитивное юридическое дозволение, которое проявляется в желании лица пользоваться социальным благом и обращаться к компетентным органам за защитой в случаях необходимости»[14].

Применительно к деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя теория законного интереса предполагает дозволенность субъекта предпринимательской деятельности пользоваться названным нематериальным благом и в необходимых случаях обращаться за его защитой в компетентные органы. До момента умаления указанного права действия обладателя нельзя считать активными, потому они и не

[14] Малько А.В. Субъективное право и законный интерес // Правоведение, 1998. – № 4. – С. 64 – 65.

обеспечиваются встречными обязанностями[15]. Таким образом, регулирование правоотношений возникает только с «момента нарушения права на деловую репутацию»[16].

Законный интерес и субъективное право – это не тождественные понятия, хоть и оба понятия выступают в роли способов реализации интересов участников конкретных правоотношений. Если законный интерес выражается в дозволенности, возможности обладать и пользоваться правом, защищать его, то в содержание субъективного права включен более широкий круг правомочий, основная разница, конечно же, заключается в обеспечении субъективного права встречными обязанностями.

Полагаем, что понимание феномена деловой репутации через теорию законного интереса в корне неверно. Наделение субъекта гражданских правоотношений правом осуществлять в отношении своей деловой репутации активные действия и обращаться за защитой, влечет за собой и право требовать от иных лиц воздерживаться от посягательств, незаконных действий. Нормы ГК РФ, закрепляющие субъективное право на деловую репутацию, имеют не только регулирующую и охранительную функцию, устанавливая обязанность иных лиц, воздерживаться от правонарушений, но и воспитательное значение, резюмируя, что субъекты гражданского права в своем поведении руководствуются принципом добросовестности, а также нормами закона и морали. Таким образом, законодатель гарантирует обладателям указанного субъективного права возможность владеть, пользоваться и распоряжаться любыми способами в рамках закона.

Как ранее уже отмечалось, возникновение права на деловую репутацию связано с моментом государственной регистрации, то есть одновременно с этим указанный субъект права наделяется правоспособностью, следовательно, связывать момент возникновения указанного права с иным каким-либо

---

[15] Килинкаров В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности: дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкаров. – СПб., 2011. – С. 129.

[16] Чикишева Н. А. Честь, достоинство и деловая репутация: правовая защита // Власть и управление на Востоке России. – 2016. – № 1. – С. 129.

юридическим фактом нет необходимости. Устанавливая обязанность неопределенного круга лиц воздерживаться от посягательств на деловую репутацию, законодатель устанавливает, что охранительные правоотношения возникают с момента посягательства на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности. Таким образом, существование права на деловую репутацию не зависит от его нарушения, с момента посягательства лишь возникает необходимость его защиты, а не само право.

Исходя из анализа законодательства можно отметить, что законодатель прямо указывает лишь на правоотношения по защите права на деловую репутацию, хотя из содержания иных норм закона явно следует, что организации или ИП наделяются большим разнообразием прав в отношении собственной деловой репутация, как, например, возможность предоставлять ее по договору иным лицам, возможность формировать положительную деловую репутацию в обществе с целью получения большей прибыли и извлечения собственной выгоды.

Отдельно хотелось бы отметить, что в литературе нет однозначного подхода к вопросу о содержании субъективного гражданского права на деловую репутацию, о правомочиях. Так, М.А. Рожкова включает в содержание субъективного права на деловую репутацию традиционную триаду правомочий: владение, пользование и распоряжение. Как отмечает О.Ш. Аюпов, такое содержание субъективного права не совсем верно в части выделения правомочия владения и распоряжения, поскольку правомочие владения в большей степени применимо к вещному праву и выражается в физическом обладании вещью[17].

Считаем, что в содержание субъективного права на деловую репутацию юрлица или ИП можно включить правомочия, которые корреспондируют традиционной триаде правомочий, в частности правомочие владения и пользования названным правом, включающие в себя возможность

[17] Аюпов О.Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. – С. 42 – 43.

осуществления активных действий в отношении собственной деловой репутации. Естественно, при осуществлении указанного права субъекты предпринимательского права должны руководствоваться принципами гражданского права, в частности принципами разумности и добросовестности. Затем следует правомочие требования от неопределенного круга лиц воздерживаться от нарушения субъективного права на деловую репутацию и, наконец, правомочие на защиту права, то есть возможность обращаться в компетентные органы с целью принятия мер ответственности и возможности восстановления нарушенного права.

В рамках изложенной логики целесообразно коснуться вопроса и об ответственности за правонарушения, связанные с умалением деловой репутации.

Диффамация как правонарушение не получила прямого закрепления в законодательстве, следовательно, все попытки сложить пазл под названием «состав правонарушения», выявить условия привлечения к гражданско-правовой ответственности за указанное правонарушение и меры ответственности, получили свое распространение лишь в научной доктрине.

Для начала стоит обратиться к единогласной научной позиции, что меры защиты права на деловую репутацию не имеют ничего общего с гражданско-правовой ответственностью. Отсутствие в ГК РФ норм, прямо устанавливающих ответственность за диффамацию, не означает полное ее отсутствие и невозможность привлечения нарушителя к такой ответственности в случае распространения ложной информации. В совокупности с положениями и разъяснениями, имеющимися в судебной практике, законодательство закрепляет легальный механизм ответственности.

Как должен выглядеть состав правонарушения при указанных условиях диффамации в рамках ее понимания в российском законодательстве? Условия гражданско-правовой ответственности видятся из положений, высказанных в Постановлении Пленума № 3, то есть это факт распространения сведения, их порочащий характер и ложность. Относительно вопроса вины, хотелось бы

отметить, что статьей 1064 ГК РФ презюмируется вина ответчика и доказывание невиновности ложится на его плечи. Не выглядит логичной указанная ситуация с учетом того факта, что доказывание ложности сведений и факта их распространения лежит на истце, однако, такое правонарушение как диффамация не видится без вины, а состав нельзя в таком случае считать сложившимся. Указанное условие ответственности подразумевается в любом случае диффамации и должно быть установлено без каких-либо исключений.

Ранее предложенное понятие дискредитации также нуждается в законодательном закреплении в качестве правонарушения, состав которого включал бы в себя аналогично диффамации факт распространения информации, порочащий ее характер, но при отсутствии ложности сведений. Вина ответчика в случае дискредитации видится исключительно в форме умысла.

Остается открытым и другой вопрос, какие же могут быть предусмотрены российским гражданским законодательством меры ответственности за диффамационные правонарушения. На первый взгляд, к мерам ответственности можно отнести компенсацию нематериального вреда и материального ущерба, однако, данные институты относятся к способам защиты гражданского права, в том числе и права на деловую репутацию, которые, как уже ранее отмечалось, не тождественны с мерами гражданско-правовой ответственности.

Допустим ситуацию, когда юрлицо, опороченное публикацией в печатном издании, обращается в суд за защитой права на деловую репутацию и выдвигает требование о публикации опровержения. В данном случае, будет ли являться опровержение мерой ответственности СМИ, как ответчика или все же это способ защиты права пострадавшего субъекта, не являющееся мерой ответственности. Подобные «двойные стандарты» к сожалению, не находят своего решения в законодательстве.

Таким образом, по итогам анализа различных авторских подходов и законодательства можно однозначно заключить, что право юридического лица или индивидуального предпринимателя – это субъективное гражданское право,

которое возникает одновременно с наделением указанных субъектов правоспособностью. Содержание данного субъективного права включает в себя правомочие владения, пользования, осуществления активных действий в отношении своего права, право требования воздержаться от посягательств и, конечно, правомочие на защиту нарушенного права, реализация которого гарантируется государством.

Глава 2. Способы защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

2.1. Российский и зарубежный опыт правового регулирования защиты права на деловую репутацию

Ранее было упомянуто, что сегодня в рамках актуального отечественного законодательства юридическое понятие «диффамация», как правило, не распространено. При этом подобная концепция периодически упоминается в качестве широкого термина в Постановлениях Европейского суда по правам человека. В отечественной практике цивилистического направления достаточно долгий промежуток времени среди специалистов ведутся споры относительно того, какую категорию понимать в праве под диффамацией.

Сравнительный анализ российского и зарубежного законодательства, изучение международного опыта, касающегося вопросов определения диффамации, правового регулирования и способов защиты в рамках данного диссертационного исследования позволит расширить теоретическое и практическое понимание данного термина.

Английский Закон о диффамации[18] (The Defamation Act 2013) принятый в 2013 году и применяющийся к делам о диффамации, возникшим после 1 января 2014 года, внес значительные изменения в ряд ранее действующих законов и был направлен на внедрение более гибкого подхода к рассмотрению диффамационных споров. Аналогично с российским законодательством, английское право в составе правонарушения содержит обязательное требование к достоверности сведений, целенаправленно распространенных в отношении какого-либо гражданина, а также хозяйствующей фигуры, нарушающих честь, достоинство и деловую репутацию. Кроме того, вторым условием фактического принятия российским судом иска, касающегося законных требований о гарантии репутации к рассмотрению, является серьезность ущерба, которое заключается в необходимости предоставления документальных доказательств

[18] Закон о диффамации 2013 года. URL: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2013/26/pdfs/ukpga_20130026_en.pdf (дата обращения 24.09.2021)

причинения ущерба. Особое значение в установлении критериев серьезности ущерба, причиненного диффамацией, в английской прецедентной практике имеет дело Брюно Лашо[19] (Bruno Lachaux vs Independent Print Limited, Evening Standard Limited и AOL (UK) Limited). В 2014 году (после принятия Закона о диффамации 2013 года, положения которого оказались в центре судебной дискуссии), было озвучено окончательное решение по рассматриваемому делу, в котором Высокий суд Англии и Уэльса обозначил следующие позиции, относительно серьезности ущерба: во-первых, существенность вреда репутации не может быть сведена к определению тяжести психического потрясения или морального гнета, который может испытывать объект диффамации, как правило, эти характеристики не имеют непосредственного отношения к репутации, кроме того, если речь идет об организациях, то они и вовсе не могут испытывать нравственных страданий; во-вторых, для привлечения к ответственности недостаточно того факта, что распространенная порочащая информация может потенциально нанести вред истцу, прежде чем сведения будут признаны судом порочащими, они уже должны нанести ущерб деловой репутации; в-третьих, отсутствие негативной реакции в обществе о лице, который подвергся диффамации, не считается основанием считать, что его репутация не пострадала, поскольку никто не обязан публично высказывать мнение о своем изменившемся отношении. В английской практике данное явление получило наименование как «аргумент молчания».

Что касается обязанности доказывания распространения порочащих сведений, можно отметить следующее. Согласно российскому гражданскому праву обязанность доказать законными конструктивными методами, что такой ответчик объективно какое-то время распространял ложные, порочащие лицо данные, обычно возлагается именно на истца. Одновременно ответчик же обязан убедительно доказать, объективно соответствует ли реальному

[19]High Court Judgment Template. Bruno Lachaux vs Independent Print Limited, Evening Standard Limited и AOL (UK) Limited. URL: https://www.judiciary.uk/wp-content/uploads/2015/07/lachaux_v_aol_-jmt_fnl_300715.pdf (дата обращения 24.09.2021)

положению фактически распространенная некорректная информация [20]. Практика англо-саксонского права показывает противоположное: так на истца возложена прямая обязанность в установленные сроки, помимо доказательства факта объективного распространения таких данных ответчиком, еще и убедить присутствующих в виновности участвующего ответчика и факт несоответствия действительности указанных сведений.

Представляет интерес и тот факт, что Закон о диффамации 2013 г. также как и ГК РФ содержит такое понятие как опровержение. Смысл опровержения в английском праве заключается в том, причинитель вреда деловой репутации имеет право сделать предложение потерпевшему об опровержении распространенных порочащих сведений. Такое предложение должно поступить в форме, которую истец посчитает приемлемой, а также без необоснованной задержки, то есть в разумный срок, поскольку диффамирующая информация, просочившаяся в общество, может долгое время наносить вред деловой репутации. В указанном случае, при согласии истца на такое опровержение, ответственность не наступает, деяние носит форму «невиновной диффамации».

В целом же английское законодательство о диффамации существенно отличается от российского. Основное отличие, конечно же, состоит в том, что диффамационные правоотношения в Англии регулируются отдельным специальным законом.

Несмотря на общность правовых систем Великобритании и США, все же имеются существенные различия в регулировании диффамации. Американская юридическая система о защите чести, достоинства и деловой репутации воплощено в отдельных законах каждого из пятидесяти штатов при отсутствии общегосударственного закона. Кроме того, в США не предусмотрена уголовно-правовая диффамация, связано это с введением Первой поправки к Конституции США, гарантирующей свободу слова и печати. Девятый окружной суд США в решении по делу «Обсидиан Финанс групп против

[20] Аюпов О.Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. – С. 42 – 43.

Кокса»[21] в 2014 году, является основой того, что в делах о диффамации решающее значение имеет не личность оратора, а общественный статус, деловая репутация истца и общественная значимость рассматриваемого заявления. Таким образом, споры о диффамации в США полностью перешли в гражданско-правовое поле. Ключевой определяющей особенностью практики американского права конкретно в данном направлении субъектных правоотношений становится особый факт, что здесь во время конфликтного столкновения между базовым правом гарантии обеспечения чести, индивидуального достоинства, а также репутации и правом относительно гарантии свободы слова, всегда главенствующее решающее значение оказывается именно за свободой слова лица. Таким образом, Верховный Суд США отменил большинство законов штатов, которые предусматривали уголовную ответственность за диффамацию, поскольку это противоречило положениям Конституции США.

Если говорить о диффамации в отношении коммерческих организаций, то согласно американскому законодательству, компании могут обращаться в суд только в случаях, когда распространение дефформирующей информации нанесло ущерб непосредственно их предпринимательской деятельности и, как следствие, лишило их деловых партнеров, клиентов или прибыли, то есть предполагается, что распространение порочащей информации препятствует эффективному осуществлению бизнеса. В свою очередь, здесь распространение ложных данных, порочащих в какой-либо степени деловую репутацию членов правления, акционеров корпорации, не является диффамацией компании в целом. Также стоит отметить, что в США обязанность доказывания факта объективного распространения информации в любой форме ответчиком, учитывая ее порочащий характер и не соответствие действительности, возлагается на истца. Так, Верховный суд США в ряде судебных решений признал, что « возложение бремени доказательства правды на ответчиков

[21] Дело Обсидиан Финанс групп против Кокса. URL: https://wiki2.wiki/wiki/Obsidian_Finance_Group,_LLC_v._Cox#Judgement_summary_and_First_Amendment_defamation_impact (дата обращения 26.09.2021)

затрудняет делать такого рода высказывания из-за страха, что за этим последует необоснованная ответственность». Так впервые подобная юридическая позиция суда была изложена еще в 1974 году в решение по делу Герц против Роберта Уэлча[22].

Американское диффамационное судопроизводство также отличается некоторыми особенностями. Во-первых, срок исковой давности по делам данной категории в большинстве случаев составляет один год с момента распространения порочащей информации. Так, в случае распространения диффамационных сведений в СМИ, срок исковой давности начинает отсчитываться с даты публикации. В данном аспекте особую важность имеет вопрос предоставления доказательств. Во многом именно суду приходится решать, какие сведения, доказательства стороны уполномочены представлять, поскольку СМИ не имеют права раскрывать конфиденциальную информацию без решения суда, кроме того поднимается и проблема защиты финансовой, банковской или служебной тайны, если судебный процесс происходит с участием юридических лиц. Как правило, данная стадия досудебного предоставления сведений и доказательств является самой длительной и трудоемкой. В остальном же, стороны могут ходатайствовать о рассмотрении дела в упрощенном порядке, без участия суда присяжных.

Таким образом, схожесть американского и российского права заключается в том, что диффамационный ущерб деловой репутации лица, в том числе и юридического лица, рассматривается с позиций гражданско-правовой ответственности, требующей наличия конкретной вины. При этом тезисы личной позиции лица или какого-либо оценочного негативного суждения не могут рассматриваются в качестве диффамации, если фактически отсутствует потенциальная возможность проверить их с помощью инструментов на предмет объективного соответствия существующей реальности.

Страны континентального права, в частности Германия, также при

---

[22] Дело Герц против Роберта Уэлча. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Gertz_v._Robert_Welch,_Inc. (дата обращения 26.09.2021)

решении диффамационных споров руководствуются гражданским законодательством, но при этом не исключается и уголовная ответственность в результате распространения ложных порочащих данных о лице. В Германии, где оскорбление, клевета и диффамация являются преступлениями небольшой тяжести, есть вероятность назначения наказания в виде лишения свободы. Определенные положения актуального Уголовного кодекса Германии свидетельствуют, что за распространение или утверждение о другом лице факта, способного как-то опорочить его, обязательно подлежит уголовному наказанию в виде лишения свободы или штрафа в зависимости от формы распространения. Более строгая санкция предусмотрена за умышленное целенаправленное причинение любого вреда состоянию репутации или кредитоспособности лица и предусматривает лишение свободы на срок до пяти лет. Вместе с тем, безусловно, в уголовном порядке рассматриваются дела о диффамации физических лиц. Дела, связанные с защитой экономических интересов и деловой репутации субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность, разрешаются в соответствии с нормами гражданского законодательства, в частности применяется Германское гражданское уложение (далее - ГГУ) в сочетании с Конституцией ФРГ[23], ст. 1-2 которой гарантируют право на свободное развитие своей личности, если оно не нарушает прав других и не идет вразрез с установленным конституционным строем или нормами нравственности.

Исходя из подробного анализа специфики порядка юридической защиты , гарантии деловой репутации различных организаций в ФРГ, однозначно стоит выделить несколько аспектов.

Сперва следует сразу принять во внимание тот факт, что ключевое право компании на фактическое обладание и возможность использования индивидуальных неимущественных прав обычно приравнивается к такому же праву физического лица, следовательно, при разрешении споров, касающихся

[23] Основной закон Федеративной республики Германия от 23 мая 1949 года. URL: https://www.concourt.am/armenian/legal_resources/world_constitutions/constit/germany/german-r.htm#sub_para_N_100 (дата обращения 26.09.2021)

вопросов возмещения нематериального ущерба юридическим лицам, суды пользуются теми же положениями ГГУ, что установлены для физических лиц, с некоторыми исключениями.

Суды ФРГ при рассмотрении дел придерживаются позиции, что требование юридического лица запретить дальнейшее распространение порочащих сведений удовлетворяются только в случае доказанности факта распространения недостоверных порочащих сведений.

Если говорить о требовании устранить последствия распространение таких сведений (например, путем опровержения, как это предусмотрено российским законодательством) и возмещении имущественного ущерба, то для применение таких мер возможно только лишь в особых случаях. Как постановил Верховный суд Мюнхена, предприниматель должен полагать, что его бизнес-деятельность будет обсуждаться в обществе и он должен терпеть критику, пока она соответствует истине, следовательно, условия удовлетворения требований об устранении последствий распространения порочащих сведений должны однозначно быть в разы жестче, перечисленные последствия используются, если содержание порочащего сообщения или материала непереносимо для лица[24].

Второй важный момент касается темы фактического возмещения компании нематериального, морального вреда. Так согласно актуальному законодательству ФРГ термин нематериального вреда означает пренебрежение ключевыми неимущественными личными правами, а также ценными благами, которые принадлежат конкретному лицу. Немецкая судебная практика устойчиво идет по пути отказа в удовлетворении требований юридических лиц в каком-либо возмещении полученного нематериального, личного вреда любой степени. Причиной тому является факт, что любая компания критически не нуждается в обеспечении и гарантии права на реабилитацию полученного нематериального индивидуального вреда, ведь подобная цель по сути состоит в

[24] OLG Munchen, Urteil v. 17.4.2008, Akz.1 U 5608/06. URL: https://openjur.de/u/361981.html (дата обращения 26.09.2021)

том, чтобы заполнить пробел в защите прав личности и удовлетворение такой компенсации возможно только в отношении участников юридического лица, которые, возможно, пострадали от действий, наносящих вред деловой репутации компании, но не юридическому лицу в целом. При этом юридическая защита каких-либо экономических интересов конкретной компании осуществляется посредством предъявления правового требования об обязательном возмещении оказанного финансового ущерба лицу.

Получается, что в немецком законодательстве и судебной практике, для юридического лица не предусмотрена правовая возможность требовать возмещения нематериального ущерба, в свою очередь для удовлетворения требований о возмещении материального вреда, причиненного порочащими деловую репутацию действиями, потерпевшему юридическому лицу необходимо качественно доказать фактический размер финансового ущерба, а также продемонстрировать связи в контексте распространения вредоносных, ложных, порочащих данных злоумышленником и получившимся ущербом.

ЕСПЧ с обширной практикой анализа вопросов диффамации, издавна для себя выработал четкую систему преодоления споров данной категории, ввиду безусловной ценности чести, достоинства и деловой репутации, базирующиеся на пунктах Европейской конвенции о правах человека[25].

Важнейшим условием для судов, рассматривающих споры о диффамации, как указывал ЕСПЧ в своих решениях, является определение баланса, грамотного соотношения обеспечения права личности свободно выражать свои взгляды и защиту чести, достоинства и деловой репутации.

Подводя итог, кардинальное улучшение отечественной юридической практики может быть достигнуто благодаря гармонизации актуальных норм гражданского законодательства в отношении европейских юридических принципов через законодательное признание деликтами совокупности конкретных проявлений диффамации, способствующих какому-либо

[25] Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) // Бюллетень международных договоров. – № 3. – 2001

причинению ущерба правовых базовых интересов.

Обращение к проблемам выстраивания диффамационного права во многом объясняется значительным требованием в исследовании вопросов теоретического и непосредственно практического толка. Так, наметившаяся в последние годы тенденция к унификации и гармонизации различных правовых систем, может позитивно повлиять на внедрение института диффамации отечественную правовую реальность. Непопулярный для отечественной практики термин «диффамация» значительно чаще используется в решениях Европейского Суда по правам человека, которыми обычно руководствуются все суды нашей страны при разрешении споров, связанных с опороченной репутацией лица.

2.2. Характеристика отдельных гражданско-правовых способов защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

Под понятием защиты и гарантии деловой трудовой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя, исходя из анализа подходов, предложенных в науке и непосредственно из норм гражданского законодательства, следует понимать юридически зафиксированные правила государственного комплексного принуждения, целью которых становится купирование противоправных поступков и процессов, а также ликвидация соответствующих результатов.

Ввиду особой ценности деловой репутации для юрлиц и ИП, а также присущей ей уязвимости, требуется закрепить в законодательстве надежную систему способов защиты данного нематериального блага. Безусловно, имеющиеся в главе 8 ГК РФ механизмы защиты достаточно разнообразны и вариативны, однако имеются сферы, которые нуждаются в особой проработке и совершенствовании с учетом стремительного развития современных технологий. Более того, представленные в статье 152 ГК РФ способы, наиболее всестороннюю правовую защиту предоставляют гражданам, и в некоторой степени скудный перечень возможных способов защиты деловой репутации имеется у компаний. В большинстве случаев государство объясняет подобные явления со следующей точки зрения: трудовая репутация любой фирмы основывается в значительной мере именно на экономической базе и не столько проявляется как нематериальная категория.

В этой связи целесообразно проанализировать имеющиеся методики результативной гарантии права на деловую индивидуальную репутацию лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, выявить проблемы, сложности, которые возникают в нормотворчестве, науке, юридической практике.

Так, сегодня специалисты подчеркивают различные универсальные продуктивные методики обеспечения права, которым посвящены тезисы статьи

12 ГК РФ. А также выделяют особые методики, закономерно следующие из определенной узкой разновидности общественных правоотношений и регулирующиеся другими инструментами, перечисленными в нормативно-правовых актах.

В аспекте тематики данного исследования особый интерес представляют узкоспециализированные гражданско-правовые методики защиты права юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на трудовую репутацию из положений статьи 152 ГК РФ. Ниже будет представлен развернутый анализ каждого из предложенного ГК РФ способа защиты названного права. Стоит акцентировать внимание на том, что комплекс юридических инструментов защиты представляет собой достаточно открытую систему и в ряде случаев гармонично дополняется ГК РФ и федеральными законами (ст.ст 12, 150 ГК РФ).

Некоторыми цивилистами предлагаются также различные типологии. Одна из наиболее любопытных с точки зрения практики – типология Н.Н. Парыгиной[26]. В основе сравнения лежит предназначение и цель компании или предпринимателя, прибегнувшего к запросу помощи в контексте обсуждаемой проблемы. Первичными, по мнению исследователей, являются именно те инструменты, которые нацелены обеспечивать непосредственное восстановление опороченной деловой репутации субъекта защиты как принадлежащего ему нематериального блага. В свою очередь, производные способы защиты предназначены для устранения тех негативных последствий, которые были причинены в результате несоблюдения права для фирмы или лица и могут применяться наряду с первичными, основными.

1. Опровержение порочащих сведений подразумевает под собой восстановление положения, существовавшего до нарушения права. В результате реализации указанного механизма защиты предполагается достижение такого результата, как восстановление деловой репутации в

[26] Парыгина Н. Н. Защита права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по гражданскому законодательству Российской Федерации: дис.... канд. юрид. наук. Омский государственный ун-т им. Ф. М. Достоевского». – Омск. – 2017. – С. 111-113

первоначальное положение, каким бы способом не произошло умаление данного права. Аналогичная точка зрения сложилась и в судебной практике[27].

Опровержение должно осуществляться тем же способом, которым сведения были распространены, что закономерно, ведь одно авторство изначального текста и текста опровержения вернее скажется на результатах опровержения и цель указанного способа будет достигнута, негативные последствия будут устранены тем же субъектом, что и распространило негативную информацию. Опровергающая информация, следовательно, поступит тому адресату, который ознакомился с первичной публикацией. В частности, если изначально данные транслировались с использованием медиа и СМИ, то опровержение публикуется в тех же СМИ. Суд, принимающий решение по такому делу, обязан в резолюции отметить уместный соответствующий метод опровержения порочащих сведений, при необходимости судья вправе изложить текст опровержения с указанием конкретных ложных данных, подлежащих опровержению, а также указать информацию о том, когда и каким образом проводилась публикация или даже полноценная рассылка и установить дату для реализации опровержения. Более того, не исключается возможность осуществления опровержения путем публикации в средстве массовой информации непосредственно судебного решения или сообщения о принятом по делу решении суда. В любом случае, разъяснение порядка осуществления опровержения остается за судом. В свою очередь, исполнение вступившего в законную силу судебного акта по делу о диффамации будет осуществляться уже на стадии исполнительного производства.

Во многом его реализация в отношении компании не отличается от его использования в отношении гражданина, что и следует из положений статьи 152 ГК РФ, за исключением того факта, что судебное дело о защите деловой репутации подведомственно арбитражным судам.

---

[27] Постановление Арбитражного суда Московского округа от 19.06.2015 № Ф05-5666/2015 по делу № А40-80693/14 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

В научной литературе отмечают уникальность опровержения в рамках инструментов гарантии права, так как опровержение способно вступать в силу в досудебном и судебном порядке. При этом, несоблюдение истцом досудебного порядка урегулирования спора, не исключает законное право истца в рассмотрении спора в судебном порядке. Безусловно, в Законе о СМИ закреплена процедура обращения заинтересованных лиц с требованием об опровержении сведений, порочащих их деловую репутацию. Установленный Законом порядок опровержения корреспондирует с нормами ГК РФ и к досудебному порядку не относится, поэтому его необходимо рассматривать как альтернативный или дополнительный порядок защиты[28].

Что касается порядка опровержения сведений в СМИ, то достаточно ясно и всесторонне данный вопрос урегулирован статьей 44 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».

Пост опровержения в СМИ – не единственная форма реализации данного способа защиты права. Опровержение может осуществляться и путем публичного выступления, аудиовизуального сообщения и непосредственно в форме публикации решения суда, о чем уже ранее говорилось. Можно лишь дополнить тем, что публикация решения суда как способ опровержения будет иметь большую эффективность и смысл вместе с указанием того, что оно является опровержением ложной информации о конкретном юридическом лице или ИП. Из интересного можно отметить, что до 2008 года публикация решения суда рассматривалась как самостоятельная форма защиты нарушенного права.

Важно отметить, что опубликование опровержения следует отличать от другой методики – опубликования ответа. При этом истцы не лишены правовой возможности использовать их вместе. В литературе высказываются мнения о том, что в целом, все способы защиты, предложенные гражданским законодательством, представляют собой разновидности опровержения.

[28] Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 13.07.2016 N 07АП-4133/16 по делу N А27-26159/2015 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

Считаем, данный подход безоснователен. Да, действительно те или иные способы предполагают своей целью устранение той информации, которая не соответствует действительным фактам и наносит вред деловой репутации компании или бизнесмену. При этом лишь опровержение подразумевает действия именно ответчика по устранению такой информации и тех последствий, что были причинены ее распространением, а также, что особенно важно, замену ложной информации на правдивые сведения.

2. Дополнительный защитный механизм, заключающийся в возможности содержательного реагирования на публикации, содержащие порочащие сведения о предпринимателях, в возможности высказывания иной оценки сложившейся ситуации, иного видения: это право на опубликование своего ответа на распространенные сведения. Это самостоятельный способ защиты нарушенного права, не совпадающее с опровержением ни по функциям, ни по содержанию.

Такой ответ представляет собой публикацию мнения о распространённой диффамационной информации собственно истцом, в целях обоснования несостоятельности распространенных суждений[29], причем, не обязательно ответ должен иметь указание на несоответствие сведений действительности, а может лишь представлять собой собственную оценку ситуации.

Абз. 2 п.4 Постановления Пленума ВС РФ № 3 содержит разъяснения относительно права лица и компнаии, чьей репутации нанесен ущерб за счет публикации ложных сведений в СМИ, требовать опубликования ответа в тех же медиа.

В этом свете также важно отметить еще одно отличие опровержения от опубликования ответа. Поскольку оценочные суждения не могут являться предметом судебного спора, ввиду отсутствия возможности доказать их порочащий характер, то в случае их распространения истец – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель вправе требовать опубликование

[29] Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 25.01.2021 N 88-1492/2021 по делу N 2-13/2020// [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

ответа. Таким образом, юридические лица имеют правовые основания использования указанного способа защиты нарушенного права и могут воспользоваться им в случае не только ложной, но и достоверной информации или информации, которая содержит оценочные суждения.

Как видно из положений Постановления Пленума ВС РФ № 3, юрлицо или ИП имеет право на публикацию ответа в такой ситуации, когда распространены ложные сведения, в свою очередь применительно к физическим лица основания для защиты сформулированы значительно шире, поскольку гражданин может воспользоваться данным правом при любых обстоятельствах, касающихся его конституционных и иных прав, юридических интересов. Возникает вопрос о причинах такого лишения хозяйствующих субъектов права донести обществу собственную оценку о распространенной порочащей информации, которая явно нарушает их права. Указанные субъекты нуждаются в праве на ответ не в меньшей степени, чем граждане, поскольку в любом случае распространения недостоверной информации ущемляются права юридического лица или индивидуального предпринимателя. Более того, как отмечал Конституционный Суд РФ, право потребовать от СМИ публикации ответа возникает в любом случае, независимо от того, порочит ли оно деловую репутацию или нет, независимо от того, соответствуют ли распространенные в СМИ сведения действительности, однако при этом происходит ущемление прав и законных интересов лица[30]. А вот вопрос установления факта такого должен решать суд.

В целом, нормы Закона о СМИ позволяют заинтересованному лицу обратиться к СМИ с публикацией ответа в целях оппонировать уже опубликованным сведениям, сделать это можно как в судебном, так и внесудебном порядке. Если признание сведений не соответствующими действительности осуществляется судом, то публикация ответа позволяет истцу

[30] Определение Конституционного Суда РФ от 01.03.2010 № 323-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова А.И. на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. – № 4. – 2010

самостоятельно защитить свою деловую репутацию, интерпретировать и констатировать те факты, которые он посчитает нужными указать в ответ на изначальную публикацию. В этом и заключается особенность и эффективность указанного способа защиты.

Таким образом, в содержании положений Закона о СМИ, касающихся права на ответ, явно прослеживается дифференциация, которая не является обоснованной. В данном свете было бы целесообразно внести изменения в законодательные акты с целью согласования положений ГК РФ и Закона РФ «О СМИ» путем закрепления равных возможностей для граждан и юридических лиц заявлять требования об опубликовании ответа на распространённые о них в СМИ сведения. При этом нельзя сказать, что юридические лица имеют ограниченные возможности в использовании указанного способа защиты права, данная проблема больше имеет свою актуальность со стороны юридической техники указанных нормативных положений.

3. Замена или отзыв документа, ставшего источником распространения порочащих сведений представляет собой возможность устранить источник недостоверных сведений или заменить их на правдивые. В литературе относительно него ведутся споры о том, следует ли выделять его как самостоятельный. Во многом, взгляды цивилистов сводятся к тому, что они не представляют собой самостоятельный способ защиты нарушенного права, связывая это с тем, что порядок его реализации представляет собой разновидность опровержения. Все же считаем, что такой метод не является разновидностью опровержения, хотя стоит согласиться, в подавляющем большинстве случаев данный способ защиты права более эффективен в сочетании с другими. Замена или отзыв должны осуществляться тем же лицом, которое ранее направляло документ, являющийся источником порочащих сведений.

4. Правом требовать необходимого удаления информации, а также пресечения или запрещения её дальнейшего распространения юридическое лицо или ИП может воспользоваться в случае, если информация, порочащая

деловую репутацию, стала широко известна и в связи с этим опровержение невозможно довести до всеобщего сведения. Данный способ защиты нарушенного права особенно актуален в случае несостоятельности опровержения и предоставляет определенную альтернативу заявителю, пострадавшему в результате диффамации. Это новелла, введённая в рамках реформирования гражданского законодательства, уже получила некоторое освещение в юридической науке и практике, его актуальность неоспорима. Право требования удаления информации объективно вызвано к жизни не известными ранее обществу реалиями, связанными с развитием научно-технического прогресса.

Стоит отметить, что правовые формулировки – удаление соответствующей информации (п. 4 ст. 152) и удаление информации в сети «Интернет» (п. 5 ст. 152) не являются тождественными, хотя по своей сути указанные способы защиты имеют одну правовую природу, но при этом разительно отличаются условия их реализации. Важными условиями, необходимыми для реализации права на требование удаления информации является порочащий характер сведений, широкая известность, а также невозможность доведения опровержения до всеобщего сведения и причинно-следственная связь между указанными условиями.

Что касается требования к «широкой известности» информации и невозможности доведения опровержения до всеобщего сведения, ни в законе, ни в судебной практике не сформировалось устойчивого понимания данных явлений, но тем не менее имеется практика доказывания данных фактов. В частности, факт распространения информации может подтверждаться нотариально удостоверенными документами, в случае, если информация была распространена в сети «Интернет», суд в качестве доказательства рассматривает нотариально удостоверенный протокол осмотра интернет-

сайта[31]. Так, с целью фиксации информации, размещенной на интернет-ресурсе, и предоставления его в суд в качестве доказательства распространения порочащих сведений, еще до подачи искового заявления в суд, истец может обратиться к нотариусу для заверения соответствующей интернет-страницы, например, в форме «скриншота», то есть снимка экрана с изображением указанного ресурса. Поскольку информация, содержащаяся на сайте может быть оперативно удалена ответчиком, такой способ фиксации нарушения выступает как досудебная предварительная мера обеспечения доказательства и может быть исследован судом.

Введение указанного способа защиты, связано, естественно, с нарастающими темпами научно-технического прогресса, и несмотря на отсутствие некоторых законодательных формулировок, все же следует констатировать, что указанный метод особых трудностей в применении не вызывает и наоборот, показывает свою состоятельность.

5. Способы защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, опороченных в сети «Интернет», а также особенности его реализации и проблематика, подробно проанализированы в параграфе 2.3.

9. Компенсация морального вреда и возмещение убытков.

Юридические лица и индивидуальные предприниматели извлекают прибыль благодаря своей сложившейся положительной деловой репутации. Законодательство множества стран придерживается позиции, что юридическое лицо, хоть и не наделены способностью претерпевать физические и нравственные страдания, однако вполне могут испытывать на себе неблагоприятные последствия в случае умаления их права на деловую репутацию. Что касается российского законодателя, то дискуссия относительно возможности компенсации морального вреда юридическим лицам не теряет актуальности и на сегодняшний день. Изначально это было вызвано

[31] Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 23.08.2021 N 10АП-12627/2021 по делу N А41-17156/2020 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

несовершенством гражданского законодательства в рамках данного аспекта, после обновления ГК РФ в 2013 году, исходя из буквального толкования норм ст. 152 ГК РФ ясно, что положения о компенсации морального вреда не применяются юридическим лицам, поскольку в принципе противоречит сущности юридического лица, однако и это не способствовало выработке однозначного подхода в судебной практике.

Понятие «нематериальные убытки» вошло в оборот в российском праве под влиянием практики Европейского Суда по правам человека, особенно после принятия ЕСПЧ 6 апреля 2000 г. постановления по делу «Компания Комингерсоль против Португалии»[32]. В указанном деле прозвучала позиция ЕСПЧ, согласно которой суды имеют возможность присуждать коммерческой компании компенсации за нематериальные убытки, с учетом обстоятельств нарушения, уже сложившейся репутации компании, порядка управления компанией и тех неудобств, которые были причинены в результате правонарушения руководству и сотрудникам.

На положениях указанного решения ЕСПЧ, а также принципах Конвенции о защите прав человека и основных свобод и Конституции РФ основывается и один из выводов Конституционного Суда РФ о том, что отсутствие прямого указания в законе на такой способ защиты деловой репутации юридических лиц как компенсация нематериальных убытков или нематериального вреда, не лишает их права предъявлять указанные требования, в случае их возникновения в результате умаления деловой репутации. Более того, указанный способ защиты нарушенного права на деловую репутацию юридического лица или ИП имеет принципиальное отличие от компенсации морального вреда, присуждаемого гражданину. Необходимость и возможность применения данного метода вытекает из существа самого нарушенного нематериального права и характера последствий такого нарушения, а не из

[32] Дело "Комингерсолль С.А." против Португалии": постановление ЕСПЧ от 06.04.2000 г. // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

сущности субъекта, заявляющего требования[33]. Так или иначе российская судебная практика не согласуется с видением законодателя относительно возможности возмещения нематериального вреда, ущерба юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям даже после внесения столь значимых изменений в ГК РФ, говоря о допустимости такой компенсации.

Вместе с тем, использование данного способа защиты на практике вызывает немало трудностей. Во-первых, это связано с отсутствием в российском праве нормативного закрепления дефиниции «репутационный вред», в теории гражданского права относительно данного понятия авторами предлагаются различные подходы к его пониманию. Очевидно, что предлагаемое различными учеными многообразие понятий не способствует выработке однозначного определения в законодательстве или правоприменительной практике. Однако, несмотря на существующую терминологическую путаницу, цивилисты все же утверждают, что невозможность присуждения юридическим лицам компенсации морального вреда не исключает их право требовать компенсации нематериального репутационного вреда в случае нарушения права на деловую репутацию, что согласуется с позицией Верховного Суда РФ, выраженной в Определении Судебной коллегии по экономическим спорам ВС РФ от 17.08.2015 года по делу № 309-ЭС15-8331. При этом в судебной практике на данный момент не выработана устойчивая характеристика данного понятия, вместе с тем, арбитражные суды довольно часто используют понятие «репутационный вред»[34] в судебных актах.

Во многом проблема компенсации нематериального вреда компаниям обусловлена отсутствием терминологии, что делает невозможным формировать нормативные положения в данном аспекте. Конкретно в этом проблемном

---

[33] Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана В.А. на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации: определение Конституционного Суда РФ от 04.12.2003 N 508-О // Вестник Конституционного Суда РФ. – № 3. – 2004

[34] Определение Верховного Суда РФ от 28.07.2020 N 304-ЭС20-8038 по делу N А70-6025/2019 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

вопросе поставить точку может только законодатель, признав и закрепив в нормативных правовых актах дефиницию нематериального вреда, что позволит разграничивать разные по своей сути понятия – моральный вред физического лица и репутационный вред юридического лица. После чего станет возможным формирование механизма реализации данного способа защиты, определения объема такой защиты. В любом случае, освобождение правонарушителя от компенсации фирме, пострадавшей от умаления деловой репутации, зачастую ведёт к безнаказанности, поскольку опровержение, право на ответ, право на удаление информации не являются мерой гражданско-правовой ответственности, а выступают как меры защиты.

Что касается возмещения материальных убытков, в отличие от компенсации нематериального репутационного вреда, особых сложностей указанный способ защиты права не вызывает, хотя некоторые проблемы существуют. По большей части проблемные аспекты касаются расчетов материального ущерба и упущенной выгоды, в связи с этим в какой-то степени потерпевшая сторона сталкивается с несправедливостью вынесенного судом решения, поскольку рассчитанные суммы покрывают далеко не весь причиненный ущерб и понесенные потери. Одним из факторов, влияющим на подобные просчеты, является отсутствие определенных критериев расчета материального ущерба и упущенной выгоды в случае причинения вреда нематериальному благу. В рамках гражданско-правовых принципов справедливости и разумности видится необходимость при проведении расчета причиненного ущерба деловой репутации и упущенной выгоды в результате ее умаления необходимо учитывать некоторые критерии, к которым можно отнести: характер распространенных ложных сведений, насколько эти порочащие сведения задевают деловую репутацию юридического лица или ИП; масштаб распространения указанных сведений, ведь ощутимой будет разница в случае распространения информации в печатном издании, тираж которого будет раскупаться долгое время и в сети Интернет, где скорость передачи какой либо информации можно считать в минутах или даже секундах; меры защиты,

предпринятые истцом на момент судебного разбирательства, возможно к этому времени пострадавшее лицо уже обращалось с требованием публикации опровержения или удаления информации. В этой связи хорошо проявляется причинно-следственная связь между правонарушением и его последствиями.

Таким образом, обращение истца в суд с требованием о возмещении материального ущерба целесообразно, поскольку, как ранее уже не раз утверждалось, деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности, это его особое право, которое имеет большое значение для финансового благополучия. Можно констатировать тот факт, что осуществление защиты нарушенного права на деловую репутацию будет иметь наиболее ощутимый и действенный эффект при использовании совокупности механизмов защиты, предоставленных законом. Особого внимания требует проработка вопроса расчета материального ущерба с целью недопущения вынесения несправедливого судебного решения.

2.3. Особенности защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в сети «Интернет»

Стремительное развитие информационных технологий привело к тому, что сеть Интернет стала неотъемлемой частью нашей жизни. Новые способы распространения и передачи информации используются не только в повседневной жизни граждан, но и при взаимодействии с государственными органами, при осуществлении трудовой деятельности, бизнеса. Вместе с тем зачастую Интернет используется и для совершения правонарушений и даже преступлений, посягающих на законные права и интересы субъектов права, охраняемые Конституцией РФ и иными нормативными правовыми актами. В связи с этим, несомненно, повышается необходимость грамотного правового регулирования возникающих в данной сфере правоотношений.

Новой редакцией ГК РФ, вступившей в законную силу с 1 октября 2013 года, введены новые способы защиты права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Среди особых новелл, конечно же, выделяется законодательное закрепление и правовое регулирование защиты права на деловую репутацию опороченных в сети Интернет индивидуальных предпринимателей или юридических лиц.

С учетом современного бешеного темпа развития информационных технологий, обновленное содержание статьи 152 ГК РФ представляет научный и практический интерес. Необходимость обновления и актуализации положений данной статьи назревала давно, это обусловлено и новизной способа распространения информации, и отсутствием надлежащего правового регулирования, а также налаженного механизма защиты и мер ответственности в случае распространения недостоверных сведений в отношении юридических лиц или предпринимателей на информационном ресурсе. В любом случае, деятельность в сети Интернет в той или иной мере должна контролироваться законодателем, ведь отсутствие правовых мер чревато негативными последствиями. Однако, стоит признать, что на сегодняшний день специальное законодательство, регулирующее правоотношения в Сети, в полной мере не

сформировано, а не раз упомянутое Постановление Пленума ВС РФ № 3 от 24 февраля 2005 года, во многом уже является неактуальным в современных условиях. Вместе с тем, идеи, выдвигаемые законодателем, видятся вполне логичными, закономерными и перспективными в современных реалиях, с курсом на эффективное регулирование правоотношений различных субъектов права в Глобальной сети.

В судебной практике отмечалось, что сетевое пространство зачастую используется для рыссылки таких ложных сведений, что влечет необходимость применения способов защиты согласно ст. 152 ГК РФ[35]. Для предпринимателей необходимость полноценной защиты от негативной информации в сети Интернет, бесспорно, актуальна и востребована, поскольку сеть – это один из современных и действенных инструментов продвижения бизнеса [36], соответственно, бизнес в какой-то момент времени столкнется с негативом и деструктивными публикациями в СМИ.

При рассмотрении судебных дел данной категории одной из основных и проблем выступает проблема определения круга ответственных за деяние лиц. Определенные подходы выработаны в судебной практике, однако есть смысл поднять вопрос об их состоятельности в современных условиях распространения порочащего материала об юридических лицах и индивидуальных предпринимателях в сети Интернет.

В качестве разъяснения Пленум ВС РФ №3 от 24 февраля 2005 года указывал на необходимость судов при рассмотрении судебных споров, в случае размещения диффамационных порочащих сведений на сайтах в сети Интернет, зарегистрированных в установленном законом порядке в качестве средств массовой информации, руководствоваться нормами, регулирующими деятельность средств массовой информации. Сразу же возникает вопрос о возможности применения Закона РФ «О средствах массовой информации» от

---

[35] Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16 марта 2016 г.) // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 10. – 2016

[36] Прохоров Н., Сидорин Д. Управление репутацией в интернете. М.: Университет «Синергия». – 2017. – С. 160.

27 декабря 1991 года № 2124-I[37] (далее – Закон РФ «О СМИ») к отношениям, возникшим в результате диффамации в Интернете?

Если обратиться к правовой стороне вопроса, то однозначный ответ дать сложно. В содержании статьи 2 Закона РФ «О СМИ» имеется понятие как «сетевое издание», закрепленное как легальный термин относительно недавно и подразумевающий под собой сайт в сети Интернет, зарегистрированный в качестве СМИ в законном порядке. Дополнительно к этому положению, в ст. 8 Закона о СМИ отмечено, что сайт в сети «Интернет», не зарегистрированный в качестве СМИ, СМИ не является. Таким образом, из анализа норм указанного закона в качестве признака интернет-СМИ называется его добровольная регистрация в качестве такового.

С точки зрения законодательного закрепления, то определение интернет-сайта как информационного ресурса, содержится в статье 2 Федерального закона от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»[38]. Исходя из определения, интернет-сайт представляет собой совокупность информации, которая содержится в информационной системе, а распоряжается ею обладатель информации. Однако анализ наполнения современных сайтов показывает, что практика намного обогнала законодателя и в нынешних условиях определение, имеющееся в указанном Федеральном законе, уже устарело.

Для решения современных правовых проблем возникших вместе с развитием информационных технологий, недостаточно установить возможность применения в полной мере законодательства о СМИ к правоотношениям, возникающим в сети Интернет, хоть и указанные нормы могут применяться к СМИ, которые зарегистрированы в качестве сетевых изданий. Кроме того, ошибочно заявлять, что Интернет является средством массовой информации.

---

[37] О средствах массовой информации : закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1: по сост. на 30 декабря 2020 г. // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.

[38] Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ по сост. на 09 марта 2021 г. // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3448

В итоге Закон РФ «О СМИ» не лишь создает иллюзию решения вопроса путем внедрения явления интернет-СМИ. Решение рассматриваемой проблемы видится либо в принятии самостоятельного закона, регулирующего правоотношения неимущественного характера в сети Интернет, либо во внесении дополнений к Закону РФ «О СМИ» в виде отдельной главы, где бы определялось понятие интернет-СМИ, устанавливались признаки интернет-СМИ, основания, виды, порядок и особенности привлечения к ответственности в данной сфере.

Дополнительно к вышесказанному можно добавить, что в некоторой степени законодатель идет в ногу со временем и вовремя адаптирует российское законодательство к развивающимся общественным явлениям и отношениям. Нельзя не упомянуть Федеральный закон, получивший в народе название «Закон о блогерах». Принятие указанного законодательного акта сопровождалось резонансными реакциями и неоднозначными оценками, чаще всего негативными. С юридической точки зрения, возложение на лиц, занимающихся блогингом обязанности осуществлять специальную регистрацию, а также проводить определенную проверку достоверности информации, размещаемой в сети Интернет на страницах, как правило, в социальных сетях, а в случае ее недостоверности или если такая информация касается частной жизни граждан, коммерческой тайны организации, удалять и устранять доступ к подобным сведениям, соответствует закону и в целом современным реалиям. Закрепление законных обязанностей для блогеров не кажутся обременительными и требующими совершения большого количества бюрократических манипуляций, очевидно цель законодателя – гарантировать эффективное правовое регулирование и надлежащую защиту прав всех участников правоотношений в Сети.

Особенно свою актуальность проблема определения надлежащего ответчика по делам о защите прав на деловую репутацию обретает в случаях, когда невозможно установить лицо, совершившее противоправные действия по распространению диффамационных сведений в сети Интернет. Как правило,

затруднения возникают при доказывании распространения сведений именно ответчиком, поскольку фактически установить виновное лицо не представляется возможным. Применение интернет-ресурсов позволяет использовать любой никнейм, а в качестве фото профиля использовать любое изображение. С учетом сложившейся судебной практики, даже если установлен и доказан факт того, что действительно была распространена информация, порочащая деловую репутацию, субъектам, обращающимся за судебной защитой, следует принимать во внимание, суды чаще приходят к выводу о недоказанности факта распространения порочащих сведений и отказывают в удовлетворении заявленных требований, в случае, если в иске отсутствуют сведения о настоящем имени автора порочащего сообщения.

Отсутствие возможности установления надлежащего ответчика и правовых оснований для привлечения к ответственности не означает того, что в случае совершения данного правонарушения не влечет за собой адекватной возможности защитить свои права, поскольку, как следует из содержания Постановления Пленума ВС РФ № 3, по делам данной категории, надлежащими ответчиками могут быть признаны лица, являющиеся авторами не соответствующей действительности информации, а также лица, распространившие подобную информацию. Конституционный Суд РФ в своем Постановлении от 09.07.2013 г. № 18-П[39] обратил внимание на то, что если информация, не соответствующая действительности была размещена на сайте, не зарегистрированном в качестве СМИ, это не лишает субъектов права обращаться за защитой в установленном законодательством порядке.

К сожалению, несовершенство современного гражданского законодательства приводит к тому, что лицу, права которого нарушены, проще требовать и осуществлять защиту собственных прав, например путем требования опровержения или удаления порочащих сведений при разбирательствах с сайтом в сети Интернет, зарегистрированным как СМИ, в

[39] По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова: постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 N 18-П // Вестник Конституционного Суда РФ. – № 6. – 2013

силу указания ст. 8 Закона РФ «О СМИ», нежели с обычным интернет-ресурсом. С учетом наличия регистрации интернет-ресурса в качестве СМИ, установление надлежащего ответчика не вызовет труда, ведь как следует из вышеуказанного разъяснения, ответчиками в суде являются автор или редакция, если оспариваемые сведения были распространены в СМИ.

Если действовать по аналогии с механизмом защиты, применяемом в случае распространения дефформирующей информации в СМИ, то надлежащим ответчиком по делу будет являться владелец сайта или администратор, иное лицо, которое имеет право на публикацию контента на соответствующем ресурсе. И поскольку современные технологии позволяют данным субъектам маскировать, шифровать и обезличивать свои данные, законодатель не лишает пострадавших возможности осуществить защиту нарушенного права. В случае предъявления требования об удалении порочащих сведений из сети Интернет, если нет возможности фактически установить надлежащего ответчика, то истец вправе воспользоваться особым порядком судопроизводства, предусмотренным главой 27 Арбитражного процессуального кодекса РФ и установить факт, имеющий юридическое значение – распространение не соответствующих действительности порочащих сведений.

Стоит принять во внимание, что такая процедура объективного доказывания заявителем требований факта несоответствия действительности оспариваемых сведений действительно может быть затруднительной и в связи с этим не целесообразно возлагать на него бремя доказывания, а также обязанность предоставить доказательства, которыми он объективно владеть не мог. Вместе с тем, при желании и действительной возможности заявители естественно вправе представить соответствующие доказательства в суде. Этот вывод выражен Верховным Судом РФ[40].

Удовлетворение судом требований об удалении порочащих деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя

[40] Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28.03.2018 по делу № 305-ЭС17-19225, А40-97932/2015. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

сведений с сайта в сети Интернет не исключает правовую возможность истца воспользоваться иными способами защиты нарушенного права, например, путем размещения опровержения или ответа. Поскольку судебные разбирательства занимают значительное количество времени, с информацией, размещенной на сайте ответчика, мог ознакомиться огромное количество читателей сайт. Получается, что ни одна мера защиты не должна исключать другую и в таком случае опровержение или публикация ответа, видится целесообразной[41]. С другой стороны, в указанном аспекте вопроса, в целях недопущения дальнейшего распространения порочащей информации в сети Интернет, встает острая необходимость в обеспечительных мерах, которые были бы направлены на ограничение «видимости» информации, которая порочит деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя. При этом в указанном аспекте стоит констатировать, что заявление ходатайства о принятии мер обеспечения иска видится целесообразным лишь в отношении той информации, которая уже была распространена. Обеспечительная мера в виде запрещения публикации информации об определенном лице или вообще, например, выпуске печатного СМИ в тираж, будет грубо нарушать права ответчика, поскольку меры должны быть соразмерными. Подобные меры могут нанести значительные убытки и ущерб ответчику, что не соответствует принципам законности и справедливости.

Таким образом, современное законодательство достаточно размыто регулирует отношения в сфере защиты чести, достоинства и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, на данный момент имеется множество пробелов. Назрела большая необходимость внести не точечные, а принципиальные основополагающие изменения в законодательство с целью осуществления всесторонней и эффетивной правовой защиты прав личности и организации, нарушенных посредством информационных сетей Интернет.

---

[41] Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 18.07.2018 № 305-ЭС18-3354 по делу № А40-2791/2017. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

Проблема определения надлежащих ответчиков по делам о защите деловой репутации юрлиц и ИП, опороченных в сети Интернет, - одна из основных по данной категории дел. Виртуальное пространство, как правило, дает возможность скрывать личные данные, что создает дополнительные трудности в поиске правонарушителя.

Кроме того, немаловажной на практике остается проблема сбора и представления доказательственной базы по данной категории дел, ведь действия по обеспечению доказательств в сети Интернет это весьма сложный и дорогостоящий процесс.

Дополнительно хотелось бы обратиться к вопросу об исполнении судебных решений, содержащих требования об удалении информации, порочащей деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя в сети Интернет.

Введение особых новелл в содержание ГК РФ, в частности закрепление легальной возможности защиты юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями права на деловую репутацию в сети Интернет, как следствие повлекло за собой изменение законодательства в сфере исполнительного производства, в частности в 2018 году были внесены изменения в Федеральный закон от 2 октября 2007 года № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве». Указанный нормативный правовой акт был дополнен статьей 109.4, предусматривающей порядок исполнения вышеназванных судебных решений. Данное правонарушение, безусловно, выделяется своей спецификой, что требует особенного подхода к исполнению судебных решений по категории дел, связанных с защитой деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет.

Возбуждение исполнительного производства по исполнительным документам, выданным на основании судебного решения о защите деловой репутации, осуществляется в общем порядке, установленном Федеральным законом № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве». Должнику соответственно устанавливается срок для добровольного исполнения

требований – пять дней. По истечении указанного срока, в случае если требования не исполнены в добровольном порядке, судебный пристав-исполнитель применяет меры принудительного исполнения. Исполнение судебных решений, содержащих требования об удалении информации, если надлежащий ответчик установлен, не представляет особой сложности, однако данный факт не исключает того, что предписания, установленные судом, зачастую не исполняются в срок, установленный для исполнения требований исполнительного документа, то есть в двухмесячный срок. Как правило, это связано с тем, что сайт в сети «Интернет», имеющий регистрацию в качестве СМИ, то есть сетевое издание, исходя из установленных Законом РФ «О СМИ» признаков, может публиковаться (выходить в тираж) один раз в определенный период времени – месяц, три месяца, полгода. Следовательно, в подобных случаях необходимо указание в резолютивной части судебного решения конкретного срока и обстоятельств исполнения, с учетом особенностей деятельности сетевого издания, зарегистрированного в качестве СМИ.

Другая сторона вопроса касается тех обстоятельств, когда надлежащий ответчик не установлен, судебное разбирательство по защите права на деловую репутацию проводилось в особом порядке судопроизводства и судом установлен факт распространения порочащей информации в сети Интернет и принято решение об удовлетворении требований об удалении информации, распространяемой в сети "Интернет", порочащей деловую репутацию гражданина либо деловую репутацию юридического лица.

В обоих случаях судебный пристав-исполнитель после возбуждения исполнительного производства, в качестве особой меры принудительного исполнения, вправе вынести постановление об удалении порочащей информации в сети «Интернет». Оно направляется в федеральный орган, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере СМИ, массовых коммуникаций и информационных технологий. Такими полномочиями сейчас обладает Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомназдор). Так, служба на

основании постановления судебного пристава-исполнителя, включает доменное имя, сетевой адрес или указатель страницы сайта в определенный список. Кроме того, как установлено статьей 15.1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», эта же информация включается в «Единый реестр доменных имен и сетевых адресов», с целью ограничения доступа к таким сайтам и указанной на них информации. Основания, а также порядок включения информации о сайтах в сети «Интернет» в данный реестр, предусмотрен вышеуказанной статьей.

Таким образом, современное законодательство вполне всесторонне регулирует механизм защиты права на деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя в сети Интернет, предусмотрен достаточно простой, при этом действенный порядок исполнения судебного решения об удалении информации, порочащей деловую репутацию гражданина либо деловую репутацию юридического лица в сети Интернет. С другой стороны, хотелось бы отметить, что судопроизводство по делам о защите деловой репутации в сети «Интернет» может осуществляться достаточно длительное время, за которое с порочащей информацией, опубликованной на сайте, может ознакомиться неопределенное количество лиц. Все это время юридическое лицо или индивидуальный предприниматель может претерпевать определенные неудобства в ведении бизнеса, будет причиняться репутационный вред и материальный ущерб. В этой связи имеется острая необходимость в обеспечительных мерах, направленных на недопущение распространения подобной информации в период судебного разбирательства, до вынесения законного, обоснованного и справедливого судебного решения. Решение указанного вопроса видится в возможности, на период судопроизводства, вносить такой сайт в «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети «Интернет»…». Обеспечительные меры по спорам данной категории позволили бы сохранить существующее на момент судебного разбирательства состояние правоотношений.

Заключение

Деловая репутация юридического лица или индивидуального предпринимателя – это комплексная, многогранная и сложная характеристика. Кроме того, право юридического лица или ИП на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право, которое возникает исключительно с момента его создания, государственной регистрации.

Данное понятие на сегодняшний день не устоялось ни в науке, ни в законодательстве, отсутствует четкое нормативное определение данного термина, существует противоречие между правовой природой деловой репутации, подходами к пониманию данного феномена в правовой доктрине и имеющимся в ГК РФ определением. Кроме того, проанализированные подходы различных ученых позволяют сделать вывод о двойственной правовой природе деловой репутации, которая имеет и имущественный, и неимущественный характер. Более того, являясь продуктом социальной сферы, данная категория имеет большое юридическое значение и нуждается в глубокой правовой проработке, в связи с этим сложность достижения единообразного понимания не вызывает сомнений и лишний раз доказывает необходимость в закреплении единообразного понимания данного явления в науке и законодательстве.

Вместе с тем, не остается сомнений и в высокой значимости института диффамации и необходимости его имплементации в российское права в качестве законодательно закрепленного термина с надлежащим и адекватным правовым регулированием. Учитывая тот факт, что термин «диффамация» широко используется как в отечественной, так и в зарубежной научной доктрине, кроме того, применяется в судебной практике, в частности Европейского Суда по правам человека, положениями которого руководствуются российские суды, давно назрела необходимость рассмотрения проблем диффамации применительно к российскому законодательству.

Проблематика вопросов, связанных с регулированием правоотношений, связанных с защитой права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, остается актуальной и при применении

конкретных способов защиты права, предоставленных законодателем и закрепленных в ГК РФ, причем, спорные моменты и пробелы в наблюдаются при применении каждого из представленных способов. В большинстве случаев решение правовых проблем основывается не на применении законодательных норм, а на использовании решений ЕСПЧ, Конституционного Суда РФ и Верховного Суда РФ. Но подобный способ закрытия правовых пробелов не избавляет законодателя от работы над совершенствованием механизма защиты нарушенного права на деловую репутацию. Стоит признать имеющуюся правовую неопределенность в вопросах защиты права на деловую репутацию и мер ответственности за правонарушения в данной сфере правоотношений, а также необходимость модернизации законодательства с учетом современной правовой реальности. Принятые в недавнем прошлом поправки к соответствующим нормам в ГК РФ хоть и устранили некоторые проблемы, но в случае с компенсацией нематериального вреда юридическим лицам ситуация напротив, усугубилась и неоднозначные подходы российских судов не способствуют закрытию этого пробела.

Остро встает вопрос о судопроизводстве по делам о защите деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, новые способы распространения ложной информации, скорость и масштабы неправомерной деятельности, требуют адаптивных мер реагирования, бесспорных доказательств нарушения, а также принятия необходимых обеспечительных мер с учетом важнейших принципов законности, справедливости, состязательности. Поскольку такая категория как деловая репутация больше лежит в общественной плоскости, нежели правовой, суду надлежит тщательнее исследовать доказательства, использовать различные виды экспертиз, особенно актуальной в свете указанного правонарушения видится лингвистическая экспертиза. Если правонарушение касается распространение порочащих сведений в сети Интернет, то наблюдается большая проблема в наличии квалифицированных кадров, специализирующихся в сфере информационных технологий, как в судейском

корпусе, так и в целом, в юридической профессии.

И, наконец, как показал анализ новеллы в гражданском законодательстве, введение нового способа защиты права на деловую репутацию как удаление порочащей информации, распространенной в сети «Интернет», лишний раз демонстрирует отставание законодателя от современных реалий. Развитие информационных технологий требуют все более тщательной модернизации законодательства, поскольку во многом имеющиеся положения нормативных правовых актов и судебной практики устарели. Ввиду возросших угроз деловой репутации представителей бизнес-сферы, такое нематериальное благо как деловая репутация, нуждается в дальнейшем изучении и улучшении механизмов правовой защиты.

Список использованных источников и литературы

Нормативные правовые акты

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) // Бюллетень международных договоров. – № 3. – 2001

2. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.: по сост. на 01 июля 2020 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 4. – Ст. 445.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: по сост. на 11 июня 2021 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

4. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24 июля 2002 г. № 95-ФЗ: по сост. на 08 декабря 2020 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2002. – № 30. – Ст. 3012.

5. О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: федеральный закон от 02 июля 2013 г. № 142-ФЗ // Собрание законодательства РФ. –2013. – № 27. – Ст. 3434.

6. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ: по сост. на 09 марта 2021 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3448

7. Об исполнительном производстве: федеральный закон от 02 октября 2007 года № 229-ФЗ: по сост. на 30.12.2020 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2007. – № 41. – Ст. 4849

8. О средствах массовой информации : закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1: по сост. на 30 декабря 2020 г. // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.

Научная литература

9. Алексеев, С. С. Общая теория права: в 2 т. / С.С. Алексеев. - Москва: Юридическая литература, 1981. – Т. 2. – 310 с.

10. Алексеев, С.С. Собрание сочинений: в 10 т. / С.С. Алексеев. – Москва: Статут, 2010. – Том 7: Философия права и теория права. – 520 с.

11. Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона. М.: Норма, 2004. – С.4.

12. Архиереев Н.В. Развитие законодательства Российской Федерации о защите деловой репутации юридических лиц / Н.В. Архиереев // Юрист. – 2015. – № 15. – С. 10-17.

13. Аюпов О.Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук 12.00.03 / О. Ш. Аюпов. – Томск, 2013. – 24 с.

14. Барсукова В.Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий / В.Н. Барсукова // Ученые записки юридического факультета. – 2015. – № 37 (47) – С. 5-14.

15. Бегунков И.Д. Честь, достоинство и деловая репутация как правовые категории / И.Д. Бегунков // Вестник науки и образования. - 2018. - №17-1(53). – С. 95-97.

16. Белявский А. В., Придворов Н. А. Охрана чести и достоинства личности в СССР. М., 1971. – С. 32

17. Беспалов А.В. Честь, достоинство и деловая репутация как объекты гражданских прав : дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.В. Беспалов. – Краснодар, 2004. – 167 с.

18. Братусь С.Н. Субъекты гражданского права / С. Н. Братусь – М.: Госюриздат, 1950. – 367 с.

19. Буйкин А.Ю. Особенности нематериальных благ и противодействия распространению сведения, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию / А.Ю. Буйкин // Вестник Московской международной академии. – 2018. – № 1. – С. 146-161.

20. Витрук, Н. В. Общая теория юридической ответственности. / Н. В. Витрук; 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Норма, 2009. – 432 с.

21. Венедиктов, А. В. Избранные труды по гражданскому праву: в 2 т.– Москва: Статут, 2004. –Т. 2. – 557 с.

22. Гаврилов Е.В. Защита деловой репутации от диффамации на интернет-форумах / Е.В. Гаврилов // Право в сфере Интернета: Сборник статей / Рук. авт. кол. и отв. ред. д. ю. н. М.А. Рожкова. М.: Статут. – 2018. – С. 457-475

23. Гражданское право. Том 2. Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. М.: Проспект, 2011. – С. 646.

24. Гусалова А.Р. Право на защиту чести достоинства и деловой репутации в системе субъективных гражданских прав / А.Р. Гусалова // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2015. – № 21. – С. 214-216.

25. Иваненко Ю.Г. Актуальные вопросы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц : дисс. ... канд. юрид. наук. / Ю.Г. Иваненко – М., 1998. – С. 19-20.

26. Килинкаров В.В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности : дисс. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкаров. – СПб., 2011. – С. 120-133.

27. Кириленко В.П. Проблемы гармонизации европейского и российского законодательства о диффамации / В.П. Кириленко, Г.В. Алексеев // Lex Russica. – 2019. – №9 (154). – С. 168-182.

28. Колесникова М.М. Способы опровержения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. / М.М. Колесникова, А.В. Потапов // Вестник Санкт–Петербургской юридической академии. – 2016. – № 1 (30). – С. 70-75.

29. Малеина М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя / М.Н. Малеина // Законодательство и экономика. – 1993. – № 23/24. – С. 18.

30. Малеина М.Н. Понятие и виды нематериальных благ как объектов личных неимущественных прав / М.Н. Малеина // Государство и право. – 2014. – № 7. – С. 40–47.

31. Малько А.В. Субъективное право и законный интерес / А.В. Малько // Правоведение. – 1998. – № 4. – С. 58-70.

32. Морозова Л. А. Теория государства и права учебник. / Л. А. Морозова. М.: НОРМА, 2016. – С. 241.

33. Невзгодина Е.Л. Диффамация как правовая категория / Е.Л. Невзгодина, Н.Н. Парыгина // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. – № 2 (47). – С. 86-94.

34. Покровский И.А. История римского права. / И.А. Покровский – М., Статут. – 2004. – 540 с.

35. Прохоров Н., Сидорин Д. Управление репутацией в интернете / Н. Прохоров, Д. Сидорин // Университет «Синергия». – 2017. – С. 160.

36. Резник Г.М., Скловский К.И. Честь. Достоинство. Деловая репутация: споры с участием СМИ / под общ. ред. К. И. Скловского. М.: Статут, 2006. -270 с.

37. Российское гражданское право: Учебник / Отв. ред. Е.А. Суханов. В 2 т. М., 2013. – Т. 1. – С. 887 (автор главы - А.Е. Шерстобитов).

38. Солоненко А.А., Петровская Г.А. Понятие, виды, методы оценки и учет деловой репутации / А.А. Солоненко, Г.А. Петровская // Вестник АГТУ. - 2014. - № 2. – С. 110-119.

39. Смолина Л.В. Защита деловой репутации организации. /Л.В. Смолина // М., Волтерс Клувер. – 2010. – С. 17.

40. Суржик А.Ф. Правовое регулирование чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве Российской Федерации. / А.Ф. Суржик // М. : ТрансЛит, 2007. – С. 30.

41. Тимерханов А.А. Деловая репутация юридического лица : автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. / А.А. Тимерханов –М., 2013. – С. 8.

42. Ульянова О.А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты / О.А. Ульянова // Молодой ученый. – 2015. – № 9. – С. 893.

43. Чикишева Н.А. Честь, достоинство и деловая репутация: правовая защита / Н.А. Чикишева // Власть и управление на Востоке России. – 2016. – № 1. – С. 129.

44. Холоденко Ю.В. Опровержение и право на ответ: проблемы применения специальных способов защиты чести, достоинства и деловой репутации / Ю.В. Холоденко, А.А. Селина // Известия АлтГУ. – 2017. – №6 (98). – С. 78-82.

45. Эдилова Х.В. История развития понятия диффамации / Х.В. Эдилова // Пробелы в российском законодательстве. – 2017. – №2. – С. 152-154.

46. Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда. Комментарий. / А.М. Эрделевский // М.: БЕК, 2000. – С. 103.

Судебная практика

47. Бузеску против Румынии: постановление Европейского суда по правам человека по делу от 24 мая 2005 г. № 61302/00 // Бюллетень Европейского Суда по правам человека. – 2005. – № 10.

48. Гринберг против Российской Федерации: постановление Европейского суда по правам человека по делу от 23 июля 2005 г. № 23472/03 // Бюллетень Европейского Суда по правам человека. – 2005. - № 12.

49. Комингерсолль С.А. против Португалии: постановление Европейского суда по правам человека от 06 апреля 2000 г. № 35382/97 // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. – 2001. – № 2

50. Определение Конституционного Суда РФ от 01.03.2010 № 323-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова А.И. на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. – № 4. – 2010

51. Определение Конституционного Суда РФ от 04.12.2003 N 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана

Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. – № 3. – 2004

52. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16 марта 2016 г.) // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 10. – 2016

53. Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017)" // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 1. - 2018

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

55. О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»: постановление Пленума Верховного Суда от 15 июня 2010 года № 16 // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 8. – 2010.

56. Определение Верховного Суда РФ от 28.07.2020 N 304-ЭС20-8038 по делу N А70-6025/2019 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

57. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 11 июля 2017 г. № 53-КГ17-12 [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 24.01.2021).

58. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 16.12.2016 № 309-ЭС16-10730 по делу № А07-12906/2015. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

59. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28.03.2018 по делу № 305-ЭС17-19225, А40-97932/2015. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

60. Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 25.01.2021 N 88-1492/2021 по делу N 2-13/2020// [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

61. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 27 декабря 2012 г. по делу № А67-6614/2011 [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 24.01.2021).

62. Определение ФАС Московского округа от 04 мая 2005 г. № КГ-А40/1052-05 [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 24.01.2021).

63. Постановление ФАС Московского округа от 19.06.2015 № Ф05-5666/2015 по делу № А40-80693/14 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

64. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 11.12.2017 № 02АП-8592/2017 по делу № А31-8177/2016. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

65. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 19 апреля 2016 г. № 02АП-643/2016 по делу № А29-3811/2015. // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

66. Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 13.07.2016 N 07АП-4133/16 по делу N А27-26159/2015 // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

67. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 06.12.2019 № 13АП-29780/2019 по делу № А56-51642/2019. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

68. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 19 января 2016 г. № 33-515/2016 по делу № 2-4578/2015. [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).

69. Решение Басманного районного суда г. Москвы № 2-2746/2014 2-2746/2014~М-1871/2014 М-1871/2014 от 1 октября 2014 г. // [Электронный ресурс]. – Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (Дата обращения 25.06.2021).