

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А. Ю. Кабайло,
студентка ИГиП ТюмГУ,
направление «Юриспруденция»,
kabailo.anastasia@yandex.ru
Научный руководитель:
А. А. Чукреев,
доцент кафедры трудового права
и предпринимательства ИГиП ТюмГУ,
кандидат юридических наук, доцент,
a.a.chukreev@utmn.ru

В российской общественно-политической среде часто говорится о кризисе, а то и более категорично — об отсутствии института репутации в России. Действительно, институт деловой репутации тесно связан с культурой ответственного потребления, которая в стране, сравнительно недавно вновь вставшей на капиталистический путь развития, еще формируется.

Репутация имеет значение только там, где есть конкуренция. В развитой рыночной экономике деловая репутация производителя товаров и услуг оказывает значительное влияние на спрос и, как следствие, прибыль организации. Общественная значимость данной категории находит отражение в своей правовой защите.

Прежде чем перейти к рассмотрению конкретных проблем защиты деловой репутации, необходимо заметить, что понятийный аппарат в данной сфере законодателем разработан слабо. Гражданский кодекс Российской Федерации (далее — ГК РФ) не содержит дефиницию «репутация», так же как не содержит понятия «репутационный вред», «вред деловой репутации», «нематериальный (репутационный) вред», которые тем не менее широко применяются в судебной практике. Огромное количество соответствующих определений предлагается российскими цивилистами, но, чтобы не вдаваться в эту полемику, обратимся к языкознанию. Советский лингвист С. И. Ожегов предложил такое определение репутации: это «общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-либо, чего-либо» [1]. Соответственно, в самом общем виде деловая репутация — это общественная оценка деловых качеств лица.

Правоведы и экономисты рассматривают деловую репутацию с разных ракурсов. Так, в экономической литературе деловая репутация, или гудвилл, изучается как «нематериальный актив», который, впрочем, способен обеспечивать субъекту предпринимательской деятельности вполне реальные имущественные выгоды: развитие деловых связей, устойчивый спрос на услуги и продукцию, предоставление дополнительных государственных гарантий, доступ к государственным заказам и т. п. [2]. Экономистами разработаны различные методики оценки стоимости деловой репутации.

Следуя за логикой законодателя, поместившего деловую репутацию в один ряд с честью и достоинством (ст. 152 ГК РФ), можно прийти к выводу о том, что для юристов деловая репутация прежде всего тесно связана с этическими категориями и уже во вторую очередь — с категориями экономическими. С точки зрения доктрины гражданского права деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности — это личное нематериальное благо, поэтому ей присущи все основные черты нематериальных благ: неотъемлемость, неотчуждаемость и непередаваемость иным способом. Деловая репутация как нематериальное благо имеет индивидуальную, социальную и духовную ценность, имеет внеэкономическую природу и не поддается имущественной оценке.

Определение сущностного содержания деловой репутации для юридических лиц не представляет проблемы — в силу правовой сущности организации все ее качества являются деловыми. Деловая репутация возникает у юридического лица в момент появления у него правоспособности и присутствует у него в течение всего срока осуществления им своей деятельности вплоть до его ликвидации. На деловую репутацию юридического лица влияет не только осуществление им собственно предпринимательской деятельности с точки зре-

ния законности и этики, например, взаимоотношения с контрагентами и качество предоставляемых товаров и услуг, но и вся деятельность организации – к примеру, воздействие на окружающую среду.

Статья 152 ГК РФ закрепляет основные положения о защите деловой репутации, регламентирует способы такой защиты. Опровержение сведений, порочащих деловую репутацию лица, требование удаления соответствующей информации, а также пресечения или запрещения дальнейшего распространения указанных сведений по своей сути являются восстановлением положения, существовавшего до нарушения права, и пресечением действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, предусмотренными ст. 12 ГК РФ. При судебном рассмотрении спора значение будут иметь следующие обстоятельства: факт распространения ответчиком сведений об истце, порочащий характер этих сведений и несоответствие их действительности.

Для удовлетворения искового заявления арбитражным судом (заявления о защите деловой репутации в сфере предпринимательской деятельности рассматриваются арбитражными судами в порядке искового или особого производства в зависимости от того, возможно ли установить лицо, распространившее сведения) необходимо наличие всех указанных обстоятельств. Как следует из Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», истец обязан доказать факт распространения сведений (их опубликование, трансляцию, демонстрацию, сообщение в той или иной форме хотя бы одному лицу) и их порочащий характер (т. е. сведения должны содержать информацию о нарушении лицом закона, неправильном, неэтичном поведении, недобросовестности в хозяйственной деятельности) [3].

В то же время ст. 10 Конвенции о защите прав человека и основных свобод, а также ст. 29 Конституции Российской Федерации каждому гарантировано право на свободу мысли и слова, а также на свободу массовой информации. Закон, с одной стороны, защищает право хозяйствующих субъектов на защиту деловой репутации, а с другой – право лиц, в том числе контрагентов и потребителей, на выражение своего мнения о работах, услугах и деловых качествах лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность. В доктрине и судебной практике прочно утвердилась позиция, согласно которой при рассмотрении данной категории споров судам необходимо соблюдать баланс между правом на защиту деловой репутации и иными правами и свободами, гарантированными Конституцией Российской Федерации и международными договорами: свободой мысли, слова, массовой информации, правом свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Для отграничения сведений о фактах, которые можно подтвердить или опровергнуть, от оценочных суждений судом часто назначается лингвистическая экспертиза.

Однако наиболее проблемные вопросы встают в том случае, когда истцом заявляется требование о взыскании убытков. Гражданский кодекс Российской Федерации различает реальный ущерб и упущенную выгоду. Прежде всего, трудности в плане доказывания возникают при обосновании суммы упущенной выгоды, т. е. неполученных доходов. Впрочем, и подтверждение размера реального ущерба не является простым. Президиум Верховного Суда в своем Обзоре судебной практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации указал, что не следует отказывать в удовлетворении исковых требований в части возмещения убытков, обосновывая это тем, что их точный размер установить невозможно. Наоборот, в таких делах судам надлежит определять размер подлежащих возмещению убытков, всесторонне изучив все обстоятельства дела и руководствуясь принципами справедливости и соразмерности [4].

В обоснование заявленных исковых требований сторона вправе предъявлять суду все возможные доказательства, свидетельствующие о принятии мер и приготовлении к получению упущенной выгоды (например, предварительный договор, переписку с контрагентом, в том числе по электронной почте, и т. д.). Кроме того, истец должен доказать причинно-следственную связь между действием или бездействием ответчика и возникновением убытков, а также принятие со стороны истца всех возможных мер для предупреждения и уменьшения размера возможных убытков [5].

Согласно позиции, выработанной в судебной практике, возможно также возмещение «нематериальных (репутационных) убытков». Данная практика берет свое начало от Определения Конституционного Суда

Российской Федерации, в котором отмечено, что каждый вправе защищать свои права всеми способами, не запрещенными законом, поэтому, несмотря на отсутствие упоминания в законе такого способа защиты, юридические лица вправе требовать компенсацию нематериальных убытков, причиненных умалением деловой репутации, или нематериального вреда. При этом содержание материального вреда иное, чем у морального вреда, причиненного гражданину [6]. Ориентиром для Конституционного Суда послужило решение Европейского Суда по правам человека, содержащее схожие выводы [7].

Для удовлетворения требования о взыскании репутационного вреда истец должен предъявить суду доказательства, во-первых, сформированной деловой репутации в той или иной сфере (например, в сфере банковских услуг, промышленности, строительства и т. д.) и, во-вторых, наступления для юридического лица неблагоприятных последствий в результате распространения порочащих сведений, факт утраты доверия к его репутации или ее снижение. Так, широкую известность приобрело решение, которое было принято арбитражным судом по иску ОАО «Альфа-банк» к ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Истец требовал 300 млн руб. лей компенсации нематериального вреда. В обоснование размера нематериального вреда истец ссылался на то, что сумма уменьшения объема депозитной базы и является мерой умаления его деловой репутации. Разбирательство было долгим, в конечном итоге суд кассационной инстанции, удовлетворяя иски требования частично, признал «разумным» взыскание 1/10 заявленной суммы [8].

Важно, что в таких случаях при определении суммы компенсации нематериального репутационного вреда суды руководствуются правилами, регулирующими компенсацию морального вреда [9]. В то же время в российской юридической доктрине господствует подход к сущности юридического лица как к фикции. Сторонники данной теории, которая также именуется теорией олицетворения или персонификации, рассматривают юридическое лицо как абстракцию, искусственно созданный в практических целях субъект права. Ввиду этого оно не может испытывать нравственных и физических страданий, а значит, рассчитывать по закону на компенсацию морального вреда (п. 11 ст. 152 ГК РФ). В связи с этим сложившийся в судебной практике подход представляется непоследовательным.

К тому же суды часто отказывают в возмещении вреда, причиненного деловой репутации, ввиду недоказанности обоснованности иски требований. Удовлетворение же такого требования зачастую происходит в значительно меньшем размере, чем просил истец. В литературе уже неоднократно отмечалось, что размер компенсаций за причинение нематериального вреда в российской судебной практике незначителен, что приводит к тому, что участники процесса и вовсе не заявляют таких требований.

Возвращаясь к различным подходам понимания категории «деловая репутация», хочется отметить, что для юридических, а не физических лиц экономическое наполнение содержания данного термина представляется наиболее важным. Юридическое лицо – это сосредоточение капитала, и любой ущерб, причиненный его репутации, укладывается в рамки имущественного ущерба, в частности упущенной выгоды. Говорить о неимущественном характере вреда, причиненного деловой репутации организации, не представляется возможным.

Инструментом формирования деловой репутации в XXI веке стал интернет: пользователи обмениваются своим опытом приобретения товаров и получения услуг как на специализированных сайтах, так и в социальных сетях. Можно оставить отзыв о деятельности компании, поставить оценку организации, выложить фотографии – все эти сведения станут доступны неограниченному кругу лиц и будут формировать их представление о качестве товаров и услуг, производимых и оказываемых юридическими лицами. Например, год назад благодаря социальной сети Instagram стал широко известен факт нарушения авторских прав тюменской кофейней, разместившей на своих стаканчиках изображение, созданное художницей, проживающей в Испании, с внесением в него незначительных изменений, без согласия автора [10]. В качестве реакции на недобросовестное поведение представители креативной общественности Тюмени: художники, дизайнеры, фотографы – объявили в социальных сетях временный бойкот кофейне.

Скорость передачи информации в настоящий момент возросла настолько, что промедление с удалением порочащей информации может нанести деловой репутации непоправимый вред. Поэтому юридическому

лицу стоит рассмотреть все возможные формы защиты своего нарушенного права: обращение к администратору, владельцу сайта или лицу, разместившему информацию, напрямую с просьбой удалить порочащие сведения; в случае если автор известен, можно прибегнуть к помощи посредника, который способствовал бы урегулированию спорной ситуации. Однако обращение в суд остается наиболее распространенной реакцией руководства юридического лица в случае обнаружения факта диффамации (от лат. *diffamatio* — «разглашение, распространение»).

Защита деловой репутации в интернете становится существенной проблемой, учитывая тот факт, что зачастую установить лицо, распространившее порочащие сведения, не соответствующие действительности, не представляется возможным: даже если лицо зарегистрировано в социальных сетях под своим именем, истцу еще нужно будет доказать в суде, что информацию распространил через свою страничку в социальной сети именно владелец. Для доказывания данного факта в суде придется прибегнуть к проведению достаточно сложных и дорогостоящих процедур: просмотру протоколов доступа, проверке учетных записей провайдеров доступа, определению телефонных номеров и их владельцев, просмотру содержимого серверов, установлению владельцев серверов, которые могут находиться в разных странах, что связано с исполнением международных поручений, и другим действиям [11].

Проникновение интернета во все сферы нашей жизни способствовало развитию института доказывания в гражданском и арбитражном процессах. Например, доказательством самого факта распространения порочащей информации в сети Интернет может служить протокол осмотра страницы, составленный нотариусом.

Случается, что авторы, распространившие порочащие сведения, не отрицают авторство публикации. В таком случае истцу не придется осуществлять перечисленные процедуры. В случае же распространения такой информации на анонимном интернет-форуме установить автора и вовсе представляется невозможным. В связи с этим законодатель предусматривает специальный способ защиты — удаление информации.

Данный способ защиты нарушенных прав применим как в случае, когда сведения, порочащие деловую репутацию юридического лица, были впервые распространены в сети Интернет, так и в случае, когда они появились там уже после опубликования их СМИ, издания документов организациями и совершения иных действий. При этом, учитывая позицию Конституционного Суда Российской Федерации, высказанную им в Постановлении от 19 июля 2013 года № 18-п, лицо, чьи права нарушены, может воспользоваться данным способом защиты вне зависимости от того, зарегистрирован ли сайт, где была опубликована порочащая деловую репутацию юридического лица информация, не соответствующая действительности, в качестве СМИ или нет. В любом случае лицо, ответственное за размещение информации на данном сайте, обязано по решению суда удалить указанную информацию, что не предполагает привлечения владельца сайта или иного уполномоченного лица к ответственности, а является лишь реализацией способа защиты права, предусмотренного законом [12]. И только в случае, если владелец сайта или лицо, его администрирующее, уклоняется от исполнения судебного решения, которое содержит требование об удалении информации, в суд может быть предъявлено исковое заявление о возмещении причиненных убытков в результате допущенного бездействия.

Впрочем, окончательное удаление информации из сети Интернет едва ли представляется возможным: информация может многократно дублироваться другими сайтами и распространяться пользователями социальных сетей. Кроме того, известен «эффект Стрейзанд», когда попытка изъять информацию из публичного доступа может привести к ее большему распространению.

Помимо удаления информации ранее существовала практика признания арбитражными судами порочащей деловую репутацию информации, запрещенной к распространению на территории Российской Федерации [13]. Следствием этого становилось включение сайта в Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети Интернет и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети Интернет, содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено (далее — реестр), администрированием которого занимается Роскомнадзор. Не останавливаясь на том, что блокировка интернет-сайтов сама по себе имеет сомнительную эффективность при восстановлении нарушенных прав ввиду наличия широ-

кого спектра возможностей для ее обхода, такая порочная практика нивелировала саму идею создания реестра, которая была связана с блокировкой доступа к сайтам, имеющим большую общественную опасность (пропагандирующим суицид, содержащим экстремистские материалы и т. п.).

В настоящее время судами обращается внимание на то, что «информация, признаваемая запрещенной к распространению на территории Российской Федерации, должна носить ярко выраженный противоправный характер, наносящий вред неопределенному кругу лиц, а само по себе включение в реестр сайтов, содержащих сведения, не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию, действующим законодательством Российской Федерации не предусмотрено» [14]. Такой же позиции придерживается сегодня и Роскомнадзор [15].

Таким образом, при защите деловой репутации юридического лица, которая особенно важна для хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики, когда и потребители, и контрагенты имеют широкие возможности для выбора того, с кем вступать в правоотношения, судебная практика придерживается фундаментального правового принципа, сформулированного в ст. 17 Конституции Российской Федерации: «Осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц».

Учитывая скорость передачи данных в XXI веке, первостепенное значение для восстановления нарушенных таким образом прав юридического лица имеет сам факт признания распространенной информации не соответствующей действительности по решению суда, которое должно быть доведено до широкой общественности с использованием, в том числе, сети Интернет. В свою очередь, современный интернет-пользователь должен обладать навыками отбора, проверки и критического анализа любых сведений, чтобы ориентироваться в «информационном шуме», окружающем нас 24 часа в сутки.

Безусловно, как уже многократно успело убедиться человечество, потенциальные возможности Всемирной сети могут ставить под угрозу права и свободы граждан и юридических лиц, но прежде всего эта сеть выступает новым инструментом для их реализации. Деловая репутация компаний создается не только потребителями, но и самими предпринимателями, которые успешно организуют, в том числе с помощью интернета, обратную связь со своими клиентами, контрагентами, предупреждают и разрешают возникающие конфликты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 24.02.2020).
2. Шаипова С. А. Деловая репутация как фактор формирования стоимости компаний: автореф. дис канд. экон. наук: 08.00.10 / С.А. Шаипова. Москва, 2015. 24 с.
3. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2005. № 4.
4. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда Российской Федерации) от 16.03.2016 // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2016. № 10.
5. Решение Арбитражного суда Новосибирской области от 21.05.2019 по делу № А45-39672/2018 / Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sudact.ru/arbitral/doc/9u27J2rmnRQu/> (дата обращения: 24.02.2020).
6. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 04.12.2003 № 508-О // Вестник Конституционного Суда Российской Федерации. 2004. № 3.
7. Решение Европейского суда по правам человека по делу Comingersoll S. A. v. Portugal [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://hudoc.echr.coe.int/fre#{%22itemid%22:\[%22001-58562%22\]}](https://hudoc.echr.coe.int/fre#{%22itemid%22:[%22001-58562%22]}) (дата обращения: 24.02.2020).

8. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 30.03.2005 по делу № КГ-А40/1052-05 / ЭПС «Система ГАРАНТ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/5049190/> (дата обращения: 24.02.2020).
9. Решение Арбитражного суда Тюменской области от 10.07.2019 по делу № А70-6025/2019 / Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sudact.ru/arbitral/doc/ANNoquyCRtWN/> (дата обращения: 24.02.2020).
10. Шумкова Л. Художники против ГарденКофе: тюменскую кофейню обвинили в плагиате / Л. Шумкова // Комсомольская правда. 2018. 11 мая [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tumen.kp.ru/daily/26827/3867478/> (дата обращения: 24.02.2020).
11. Кривцова А. В. Проблемы правовой защиты чести, достоинства и деловой репутации в сети Интернет и их решение / Кривцова А. В. // Наука, техника и образование. 2017. № 3. С. 61–78.
12. Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 19.07.2013 № 18-п // Вестник Конституционного Суда Российской Федерации. 2013. № 6.
13. Решение Арбитражного суда Мурманской области от 21.12.2017 по делу № А42-9424/2017 / Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sudact.ru/arbitral/doc/iSRwEreCqxJ1/> (дата обращения: 24.02.2020).
14. Решение Арбитражного суда города Москвы от 06.02.2018 по делу № А40-204743/17-12-1239 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/1588-2/> (дата обращения: 24.02.2020).
15. Берсенева Т., Юршина М. Роскомнадзор усомнился в запрещенном контенте. В ведомстве проанализировали судебную практику по делам о блокировках интернет-ресурсов за прошлый год / Т. Берсенева, М. Юршина // Известия. 2018. 25 апреля [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iz.ru/736064/tatiana-berseneva-marina-iurshina/roskomnadzor-usomnilsia-v-zapreshchennom-kontente> (дата обращения: 24.02.2020).

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ЮРИСТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А. П. Крамчинская,
студентка ИГиП ТюмГУ,
специальность «Правовое обеспечение
национальной безопасности»,
nastya_kramchinskaya@mail.ru
Научный руководитель:
Л. В. Иванова,
доцент кафедры уголовного
права и процесса ИГиП ТюмГУ,
кандидат юридических наук, доцент,
l.v.ivanova@utmn.ru

В эпоху научно-технической революции и цифровизации всех сфер жизни возникает необходимость и в модернизации системы образования, которая соответствовала бы нынешнему техническому развитию и потребностям современного студента.

Развитию личности обучающегося в современных условиях информатизации, внедрению электронных методик контроля и оценки уровня полученных знаний способствует использование в процессе обучения информационных технологий. Высшее образование – не исключение, как следствие, в структуре и организации российского высшего образования в последние несколько лет происходят закономерные изменения, совершенствуются учебные планы и программы. Особенно существенны перемены в средствах и технологиях обучения [1].

Использование современных информационных технологий в процессе обучения способствует росту познавательного потенциала выпускника, который должен уметь не только находить нужную информацию в различных электронных базах данных, справочно-поисковых системах, но и анализировать выбранную ин-