

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Юридический институт
Направление «Юриспруденция»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ЧиПП

название

_____/Е.Б. Казакова/

(инициалы и фамилия)

__ __ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента гр. № 203ЮЮм20

Рожественского Андрея Владимировича

(фамилия, имя, отчество)

- 1. Тема работы** «Проблемные аспекты гражданско-правовой защиты деловой репутации граждан и юридических лиц в России ».
- 2. Научный руководитель к.и.н., доцент А.В. Первушкин**
- 3. Дата выдачи задания: 01.12.2020.**
- 4. Срок сдачи студентом законченной работы: 15.12.2022.**
- 5. Перечень подлежащих разработке вопросов:**
 - понятие и правовая природа деловой репутации;
 - право юридического лица на деловую репутацию;
 - условия защиты деловой репутации юридического лица;
 - порядок защиты деловой репутации юридического лица;
 - опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица;
 - право на ответ;
 - удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет», как способы защиты деловой репутации .

6. Консультанты по работе, с указанием относящихся к ним разделов работы

Раздел	Консультант	Подпись, дата	
		Задание выдал	Выполненное задание принял
Введение		01 декабря 2020 г. Первушкин А.В.	05 апреля 2021 Первушкин А.В.
Деловая репутация, как правовая категория		06 апреля 2021 г. Первушкин А.В.	05 октября 2021 г. Первушкин А.В.
Гражданско–правовая защита деловой репутации юридического лица		06 октября 2021 г. Первушкин А.В.	20 марта 2022 г. Первушкин А.В.
Способы защиты деловой репутации юридического лица		21 марта 2022 г. Первушкин А.В.	1 ноября 2022 г. Первушкин А.В.
Заключение		2 ноября 2022 г. Первушкин А.В.	15 декабря 2022г. Первушкин А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ, КАК ПРАВОВАЯ КАТЕГОРИЯ.....	9
1.1 Понятие и правовая природа деловой репутации.....	9
1.2 Право юридического лица на деловую репутацию.....	21
2 ГРАЖДАНСКО - ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА.....	31
2.1 Условия защиты деловой репутации юридического лица.....	31
2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица.....	42
3 СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА.....	49
3.1 Опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица.....	49
3.2 Право на ответ.....	57
3.3 Удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет», как способы защиты деловой репутации.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	71

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Права и свободы человека и гражданина признаны Конституцией Российской Федерации высшей ценностью. Каждому физическому и юридическому лицу гарантирована защита его благ как материальных, так и нематериальных. Именно нематериальные блага, одним из которых является деловая репутация, отражают положение лица в обществе. В условиях конкуренции и рыночной экономики каждое юридическое лицо стремится к формированию безупречной деловой репутации, ведь это важная составляющая его успешной деятельности, от которой зависит его конкурентоспособность, устойчивость развития и достижение целей деятельности. Умаление деловой репутации влечет неблагоприятные последствия для организации, главным из которых является потеря приобретенного статуса в обществе.

Актуальность проблемы защиты деловой репутации в современном мире значительно возросла. На данном этапе развития общества все больше способов распространения и донесения информации до широкого круга лиц: средства массовой информации, информационно–телекоммуникационная сеть «Интернет». Более того распространение информации осуществляется моментально и имеет глобальный характер. Наряду с положительной оценкой развития технологий, можно выявить ряд опасностей. Одной из них является распространение не соответствующих действительности порочащих деловую репутацию определенного лица сведений.

В Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденном Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16 марта 2016 г. Верховный Суд Российской Федерации изучил практику рассмотрения дел о защите чести, достоинства и деловой репутации судами в 2010 – 2015 годах и отметил, что на основе данные судебной статистики можно сделать вывод о том, что

является стабильным количество данных споров, рассматриваемых как в судах общей юрисдикции, так и в арбитражных судах. В среднем ежегодно рассматривается 5000 дел в судах общей юрисдикции и 800 – в арбитражных судах¹.

Сейчас каждое лицо обладает широким кругом прав, к которым относится свобода мысли и слова, гласность, право на поиск, получение и распространение информации. Но не нужно забывать о том, что права и свободы не безграничны. Так, указанные права и свободы граничат с правом на деловую репутацию. При таких обстоятельствах государство должно стремиться к нахождению баланса интересов всех лиц.

В доктрине гражданского права на данный момент существуют дискуссии по основным положениям, относящимся к деловой репутации, в частности: определение понятия «деловая репутация» и ее правовая природа, принадлежность деловой репутации, правовая природа права на деловую репутацию, возможность использования такого способа защиты, как компенсация репутационного вреда и порядок определения размера такой компенсации. Не все из спорных вопросов урегулированы на законодательном уровне, в связи с этим противоречия возникают и в судебной практике.

Развитие Российской Федерации, как правового государства невозможно без всестороннего и полного обеспечения защиты прав и свобод всем лицам. Деловая репутация важнейшее благо, которому должна быть гарантирована надлежащая защита со стороны государства.

Цель и задачи исследования.

Цель – комплексный анализ защиты деловой репутации юридического лица. В рамках цели поставлены следующие задачи:

¹ Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2016 г. //

- раскрыть понятие деловой репутации;
- определить место деловой репутации среди объектов гражданских прав;
- исследовать правовую природу права юридического лица на деловую репутацию, его содержание и момент возникновения;
- проанализировать такие способы защиты деловой репутации, как опровержение порочащих сведений, право на ответ, удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет» возмещение убытков и компенсация репутационного вреда;
- раскрыть возможность и необходимость использования компенсации репутационного вреда, как способа защиты деловой репутации юридического лица.

Объектом исследования являются общественные отношения, складывающиеся в процессе защиты деловой репутации юридического лица.

Предмет – национальные нормативные правовые акты, регулирующие защиту деловой репутации, судебная практика по данному вопросу и научные исследования, посвященные деловой репутации и ее защите. Теоретическую основу работы составляют труды российских ученых. Таких как А.М. Эрдлевского, А.П. Сергеева, Е.А. Суханова, М.А. Рожковой, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского, С.С. Алексеева, С.Н. Братусь, А.Л. Анисимова, и др.

Нормативная основа Конституция Российской Федерации, международные акты, действующее и ранее действующее национальное законодательство, подзаконные нормативно – правовые акты.

Эмпирическую базу исследования составляют материалы судебной практики арбитражных судов Российской Федерации по делам о защите

деловой репутации юридических лиц, акты Конституционного Суда РФ, Верховного Суда РФ, Европейского Суда по правам человека.

Структура данной работы обусловлена поставленной целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и литературы.

1 ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ, КАК ПРАВОВАЯ КАТЕГОРИЯ

1.1 Понятие и правовая природа деловой репутации

В законодательстве Российской Федерации понятия «репутация» и «деловая репутация» не раскрываются.

Согласно Толковому словарю русского языка В.И. Даля «репутация» – это общее мнение о ком–либо¹. Подобной точки зрения придерживаются и в доктрине гражданского права. Так, репутация понимается, как мнение общества об определенном субъекте, сложившееся в результате оценки его общественно–значимых качеств и поведения. А деловая репутация есть «частный случай репутации»². То есть «репутация» есть общее понятие по отношению к частному – «деловая репутация».

Единое определение деловой репутации в литературе отсутствует.

Некоторые авторы понимают деловую репутацию, как мнение о лице, сложившееся у окружающих, его оценка.

Так, А.П. Сергеев в своей работе пишет, что деловая репутация – это мнение о лице, сложившееся в результате оценки его профессиональных качеств³. При ознакомлении с таким достаточно кратким определением можно сделать ошибочный вывод о том, что деловой репутацией обладают только физические лица, так как именно они могут иметь профессиональные качества, а юридические лица оцениваются как участники делового оборота.

¹ Даль В. И. Толковый словарь русского языка : современная версия. / В.И. Даль. М.: Эскимо, –2005. – С. 499.

² Тюленев И.В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / И.В. Тюленев. М., –2010. – С. 31 – 32. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации», Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. М. : РГ–Пресс, – 2020. – Т. 1. – С. 419.

³ Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. М. : РГ–Пресс, 2021. – Т. 1. –С. 419.

З.В. Каменева более широко определяет деловую репутацию и считает, что в широком смысле под деловой репутацией понимается оценка обществом профессиональных, должностных качеств физических и юридических лиц, не зависимо от участия в деловом (предпринимательском) обороте, а в узком – оценка деловых качеств участников именно делового оборота¹. Оценивая данное определение можно еще раз отметить, что юридические лица не обладают должностными и профессиональными качествами, следовательно, согласно широкому подходу деловая репутация может принадлежать только физическим лицам. А согласно узкому подходу – только тем лицам, которые могут быть участниками делового оборота, то есть коммерческим юридическим лицам, некоммерческим, осуществляющим предпринимательскую деятельность для достижения уставных целей и индивидуальным предпринимателям. Можно заметить, что такая точка зрения внутренне противоречива.

Но с дополнением З.В. Каменевой следует согласиться, автор верно указывает, что окружающие могут оценить лишь те качества лица, которые известны обществу, неизвестные – не составляют деловую репутацию².

Деловая репутация, по мнению А.М. Эрделевского, это выраженная в общественном мнении оценка деловых качеств лица. Причем под деловыми, автор понимает те качества, которые обеспечивают самостоятельное осуществление или участие в деятельности, нацеленной на удовлетворение потребностей общества. А также отмечает, что юридическое лицо и образуется для участия в деловых отношениях, следовательно, любые его качества – деловые¹. Указанное мнение представляется наиболее верным.

Но для того, чтобы сделать вывод, необходимо дать точное определение прилагательному «деловая». С.И. Ожегов в Толковом словаре

¹ Каменева З. В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. – 2020. – № 5. – С. 19

² Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. 3-е изд., испр. и доп. М.: ВолтерсКлувер, – 2021. – С. 19.

русского языка определяет, что «деловой» – есть относящийся к работе, служебной или общественной деятельности². То есть деловая – это такая репутация, которая имеет отношение к какой-либо деятельности лица, будь то профессиональная, служебная, общественная или иная социально-значимая деятельность.

Есть и иные точки зрения по поводу понятия деловой репутации.

Так, В.В. Килинкарров пишет: деловая репутация – есть профессиональное «я» лица, сумма его положительных и отрицательных свойств, которое отражено в мнении общества³. О.Ш. Аюпов понимает деловую репутацию, как «образ». Так, по мнению автора, деловая репутация есть образ, который сложился в процессе оценки качеств лица⁴.

Согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова «образ» в философии понимается, как результат отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека¹. Однако в процессе оценки качеств определенного лица, на основе анализа различных мнений, в сознании каждого складывается не определенный единый образ, а свое собственное мнение, отношение к этому лицу. Данное мнение так же может стать предметом анализа другого лица, которое согласится с ним, либо на основе его сформирует свою точку зрения. Следовательно, единый для всех, постоянный образ, как и так называемое «я» лица не может сформироваться на основании его оценки, так как она не будет одинакова в сознании каждого.

Но следует согласиться с указанием О.Ш. Аюпова о том, что общественной оценке подвергаются не только профессиональные, но и иные

¹ Там же – С. 146.

² Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. М. : ИТИ Технологии, – 2007. – С. 367.

³ Килинкарров В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкарров. С. – Петерб., – 2021. – С. 13 – 14. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

⁴ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 24. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

обще социальные качества². О чем уже было указано выше. Проанализировав внутреннее законодательство и международные акты, участником которых является Российская Федерация, автор констатирует, что государством гарантируется защита деловой репутации независимо от того, какой деятельностью занимается ее обладатель. Но при этом такая деятельность должна обладать качествами, которые имеют значение для других лиц (социально–значимыми качествами). Иначе защита будет лишена смысла³.

Итак, на основании изложенного выше можно сделать вывод, что наиболее верной представляется точка зрения, согласно которой деловая репутация – сложившееся общественное мнение, в котором выражена оценка деловых качеств лица, то есть таких качеств, которые имеют отношение к какой–либо его социально–значимой деятельности (служебной, профессиональной, общественной, производственной или иной). При этом окружающие могут оценить только те качества, которые им известны.

Лицо может быть оценено с точки зрения его надежности, исполнительности⁴, перспективности развития, качества деятельности, эффективности менеджмента, профессионализма персонала, известности, наличия прочных деловых связей⁵ и т.д.

Можно сказать, что деловая репутация является средством персонализации лица, она позволяет определить его особенности, формирующие статус и позволяющие отграничить его от ему подобных.

Следует так же отметить, что юридическое лицо формирует и

¹ Ожегов С. И. Указ. соч. –С. 789.

² Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 24.

³ Аюпов О. Ш. Понятие «деловая репутация юридического лица» // Правовые проблемы укрепления российской государственности. –2019. – № 45 – С. 100 – 101.

⁴ Ситдикова Л. Б. Личные неимущественные права юридических лиц // Юридический мир. – 2019. – № 7. – С. 29 – 30.

⁵ Колосова В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны / В.И. Колосова, Т.Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. –2021. –№ 3 – 1. С. 260.

корректирует свою деловую репутацию собственными действиями. Более того, законодательство не запрещает лицу самостоятельно распространять информацию о себе, и в силу части 5 статьи 10 Гражданского Кодекса Российской Федерации (– далее ГК РФ) подобные действия предполагаются добросовестными и разумными, пока не доказано обратное .

Деловая репутация динамична, изменчива, подвержена повышению и падениям . Она может быть и положительной, и отрицательной. Положительная деловая репутация – это мнение о качествах лица, где преобладает позитивная оценка. Отрицательная, следовательно, противоположна положительной¹ . И положительная и отрицательная репутация находят свое отражение в финансовой деятельности юридического лица. Положительная выражается как надбавка к цене, а отрицательная – в виде скидки с цены для контрагента² . В литературе отмечается, что объектом правовой защиты является положительная репутация³, действительно только она может быть ущемлена распространением не соответствующих действительности порочащих сведений. Но следует отметить, что в соответствии с пунктом 10 статьи 152 ГК РФ деловая репутация защищается и в случае распространения любых ложных сведений, даже положительных. Следовательно, в последнем случае можно говорить о наличии возможности защиты любой деловой репутации⁴.

Понятие «деловая репутация» содержится в законодательстве, но не раскрывается. Этот термин среди прочих указан в статье 150 ГК РФ, которая носит название нематериальные блага и содержит их не исчерпывающий перечень. То есть, законодатель относит деловую репутацию к числу

¹ Барсукова В. Н. Указ. соч. – С. 9.

² Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [Электронный ресурс] : приказ Министерства финансов Рос. Федерации от 27.12. 2007 г. № 153н : (ред. От 16.05.2016 г.) .

³ Барсукова В. Н. Указ. соч. –С. 9.

⁴ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. –С. 21 – 22.

нематериальных благ.

Нематериальные блага, согласно статье 128 ГК РФ, являются объектами гражданских прав. Под благом, в доктрине, понимается объект правоотношений, то есть ценности, по поводу которых складывается поведение участников правоотношения, границы которого определяются их правами и обязанностями¹ или все, что может удовлетворить потребности субъекта права². В ГК РФ выделяются два вида благ: материальные и нематериальные. Нематериальные – блага не экономического характера, неразрывно связанные с личностью, непередаваемы и неотчуждаемы³.

Однако, не все ученые согласны с законодателем. Многие из них отмечают особенности деловой репутации, которые отличают ее от других нематериальных благ. А именно: отчуждаемость и оцениваемость.

Отмечается, что деловая репутация, как нематериальный актив, может быть передана другому лицу по договору коммерческой концессии и простого товарищества⁴. Так, согласно пункту 2 статьи 1027 ГК РФ по договору коммерческой концессии допускается возможность использования деловой репутации правообладателя. А в соответствии с пунктом 1 статьи 1042 ГК РФ у лица есть возможность внести деловую репутацию в качестве вклада в общее имущество товарищей⁵. Тоже указано в статье 16 Федерального закона от 28 ноября 2011 г. №335-ФЗ «Об инвестиционном

¹ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 410.

² Каменева З. В. Содержание субъективного права человека на честь и достоинство // Адвокат. –2019. – № 4. –С. 21.

³ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 413.

⁴ Каменева З. В. Указ. соч. – С. 19, Колосова В.И. Указ. соч. –С. 262, Ульянова О.А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты // Молодой ученый. –2019. –№ 9. – С. 893.

⁵ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федер. закон Рос. Федерации от 26 янв. 1996 г. № 14 – ФЗ: (ред. От 01.01.2022 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 5. – Ст. 410.

товариществе»¹.

Однако данная точка зрения не представляется верной. Деловая репутация неотделима от организации, точно так же, как неотделима репутация от физического лица. Она не может быть самостоятельным объектом сделки, так как не является собственностью, ее невозможно купить или продать, обменять или подарить². Рассмотренные положения законов предполагают не отчуждение самого блага, а его учет³, передаваться в таком случае может только право на использование деловой репутации.

То есть следует отличать передачу блага от передачи права на использование блага. В случае передачи блага предполагается его полное отчуждение, последующая невозможность его использования отчуждателем. А в случае передачи права на использование напротив, благо остается принадлежащим тому же лицу, при этом контрагент получает право пользоваться деловой репутацией на условиях, определенных соглашением.

Помимо этого, отмечается еще одна особенность – деловой репутации может быть дана стоимостная оценка. Согласно пункту 1 статьи 1042 ГК РФ все то, что товарищ вносит в общее дело, в том числе деловая репутация, признается вкладом товарища. Денежную оценку стоимости вносимых вкладов товарищи осуществляют по соглашению (пункт 2 этой же статьи). Более того, согласно Приказу Министерства Финансов РФ от 27 дек. 2007 г. № 153н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» деловая репутация относится к нематериальным активам организации. Для целей бухгалтерского учета с помощью расчетов определяется стоимость деловой репутации, как «разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении

¹ Федеральный закон от 28.11.2011 N 335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе» (ред. от 02.07.2021 г.) // Собр. Законодательства Рос Федерации. – 2011. – № 49 (ч.1). – Ст.7013.

² Исакова М. А. Гудвилл – деловая репутация предприятия // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2021. – № 4 – 1. – С. 116.

³ Килинков В. В. Указ. соч. – С. 19 – 20.

предприятия как имущественного комплекса, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его приобретения».

Следовательно, приблизительная стоимостная оценка деловой репутации возможна, то есть деловая репутация может быть выражена в денежном эквиваленте.

На основании выделенных особенностей встречаются следующие точки зрения относительно правовой природы деловой репутации:

-деловая репутация является «нематериальным благом особого рода» – личностно–имущественным. О.В. Карайчева считает, что у деловой репутации экономико–правовая природа. Она содержит в себе качества нематериальных благ (нематериальна, индивидуализирует лицо, имеет особенное основание возникновения), но не обладает нематериальным содержанием¹. Принимая во внимание возможность денежной оценки и передачи деловой репутации, она не может приравниваться к числу нематериальных благ². И как делает вывод З.В. Каменева, деловая репутация – «личное не имущественное благо с имущественным элементом»³.

-Деловая репутация – объект, приравненный к результатам интеллектуальной деятельности. Вывод сделан на основании ее свойств, выделенных автором данной точки зрения А.А. Тимерхановым: имущественный характер, возможность ее предоставления третьим лицам для использования, а также схожести, взаимосвязи со средствами индивидуализации юридического лица, предприятий, товаров, работ, услуг⁴.

-Деловая репутация «занимает промежуточное положение между нематериальными благами и объектами интеллектуальной собственности»

¹ Карайчева О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. В. Карайчева. Краснодар, – 2019. – С. 56 – 57.

² Кушнир В. С. Деловая репутация юридического лица как объект гражданского права // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2019. – № 9. – С. 15.

³ Каменева З. В. Указ. соч. – С. 20 – 21.

⁴ Тимерханов А. А. Деловая репутация юридического лица / А. А. Тимерханов. М., – 2021. – С. 34 – 36.

(фирменное наименование, товарный знак и т.п.). И те, и другие индивидуализируют юридическое лицо, служат цели получения прибыли, а следствием посягательства на них являются отрицательные изменения в имущественном положении лица¹. Главное отличие в том, что существование деловой репутации не ограничивается ни временем, ни территорией, чего нельзя сказать об объектах интеллектуальной собственности².

-Юридическому лицу принадлежат два блага, которые связаны между собой и обозначены в законодательстве одним термином – деловая репутация. Первое благо – нематериальное, оно неотчуждаемое и неоцениваемое. Второе – материальное, а именно производная от общественной оценки экономическая надбавка, которая обладает экономической природой и является денежным выражением ожидания оценки со стороны общества. А.В. Жданов приходит к подобному выводу на основании того, что организация может быть оценена обществом, то есть ей действительно принадлежит такое нематериальное благо, как деловая репутация. Но возможность передачи и оценки деловой репутации противоречит самой правовой природе нематериальных благ³.

«Недостаточно аргументов, которые позволили бы не согласиться с прямым указанием закона» – вот что пишет О.Ш. Аюпов в отношении позиций, отличных от законодательной.

Действительно, можно отметить, что, во–первых, деловая репутация, не зависимо от ее принадлежности, является благом. Во–вторых, в основе ее формирования лежат нематериальные факторы (общественное мнение). В–третьих, она, бесспорно, не имеет материального выражения. В–четвертых,

¹ Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. Владикавказ, – 2020. – С. 41 – 42.

² Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 25.

³ Жданов А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа / Российское правоведение : трибуна молодого ученого. – 2021. – Вып. 12. – С. 97 – 99.

деловая репутация не может существовать отдельно от юридического лица. В– пятых, она индивидуализирует лицо, с которым непосредственно связана. В– шестых, деловая репутация не принадлежит лицу на праве собственности и не может являться самостоятельным предметом сделки. И в–седьмых, ей присущи способы защиты нематериальных благ. То есть деловая репутация по своей правовой природе есть нематериальное благо.

Из пункта 11 статьи 152 ГК¹ следует, что деловой репутацией обладают юридические и физические лица: как индивидуальные предприниматели, так и иные (педагоги, врачи и т.п.)².

О.А. Ульянова же считает, что деловая репутация наличествует только в сфере предпринимательской деятельности. Осуществление некоммерческой организацией основной деятельности относится к репутации профессиональной³. Так же считает А.А. Тимерханов, который пишет, что деловая репутация коммерческого юридического лица – это используемый в целях получения прибыли экономический актив. А репутация, или доброе имя некоммерческого – результат его деятельности, который не нужно оценивать в экономическом аспекте⁴. М.А. Рожкова различает деловую репутацию в профессиональной среде и в бизнес среде. Первая относится к любым организациям и гражданам, а вторая – только к субъектам предпринимательской деятельности¹.

Как уже было отмечено из толкования определения «деловой» можно сделать вывод, что деловая репутация – это репутация в любой социально– значимой сфере деятельности лица. На основании чего нет необходимости отграничивать деловую репутацию от профессиональной, так как понятие

¹ Пункт 11 Статьи 152 ГК РФ: Правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина, за исключением положений о компенсации морального вреда, соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

² Российское гражданское право: учебник в 2 т. / В. С. Ем [и др.] ; отв. ред. Е. А. Суханов / М.: Статут, – 2021. – Т. 1. – С. 896.

³ Ульянова О.А. Указ. соч. – С. 893 – 894.

⁴ Тимерханов А. А. Указ. соч. – С. 58 – 60.

профессиональной деятельности охватывается понятием деловой.

Так, Н.Г. Фроловский считает, что деловая репутация принадлежит коммерческим и некоммерческим организациям. Например, распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих деловую репутацию научной организации, может нанести ей убытки, как и коммерческой, от потери заказов на проведения исследований². Тоже можно сказать о физических лицах, будь то врач, адвокат, общественный деятель или иной специалист в определенной сфере деятельности. Деловая репутация индивидуализирует гражданина как профессионала, отражает его оценку коллегами, партнерами, клиентами или поклонниками (для шоу-бизнеса)³.

В случае непризнания таких лиц обладателями деловой репутации они необоснованно лишаются права на ее защиту и восстановление⁴. А приведенный пример доказывает, что посягательство на деловую репутацию, может принести убытки любому физическому и юридическому лицу.

В подтверждение так же отмечу, что в пункте 3 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 фев. 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» (–далее Постановление Пленума ВС РФ от 24 фев. 2005 г. № 3) указано, что суд рассматривает заявление о защите деловой репутации организации, индивидуальных предпринимателей, или иных организаций и граждан.

Такой же позиции придерживаются суды при разрешении споров о защите деловой репутации некоммерческих организаций. Так, автономная

¹ Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 20 – 21.

² Фроловский Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2019. – № 4. – С. 49 – 50.

³ Михалевич Е. В. О понятиях чести, достоинства и деловой репутации в российском гражданском праве // Мониторинг правоприменения. – 2021. – № 1. – С. 42.

⁴ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 49.

некоммерческая организация «ТВ–Новости» обратилась в суд с иском о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений. Судебная коллегия в апелляционном определении отменила решение суда первой инстанции и постановила новое: иск удовлетворить частично, в части признания оспариваемых сведений не соответствующими действительности, порочащими деловую репутацию некоммерческой организации¹.

Однако поставить знак равенства между деловой репутацией физического лица и юридического лица не представляется возможным.

Пленум Верховного Суда РФ в Постановлении от 24 февр. 2005 г. № 3 признает право на защиту деловой репутации граждан их конституционным правом, а деловую репутацию юридических лиц – одним из условий их успешной деятельности. То есть разграничивает их и их природу.

Деловой репутации физического лица в отличие от деловой репутации юридического лица присущ «морально–этический аспект». А деловой репутации лиц, участвующих в предпринимательской деятельности, присущи свои особенности², в частности законодатель допускает возможность передачи права на использование деловой репутации и ее приблизительную оценку. Отличия проявляются и в способах защиты. Так, согласно пункту 11 статьи 152 ГК РФ юридическое лицо, в отличие от гражданина, не может требовать возмещения морального вреда для защиты деловой репутации.

Наличие специфических особенностей может быть объяснено тем, что юридическое лицо создается специально для участия в деловом обороте, поэтому и деловую репутацию оно использует для удовлетворения интересов

¹ Апелляционное определение Московского городского суда от 28.04. 2016 г. по делу № 33 – 10957 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., – 2016.

² Дьяченко Е. М. Деловая репутация юридических лиц [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Е. М. Дьяченко. Краснодар, – 2019. – С. 40.

и достижения целей, ради которых создано. Данное обстоятельство не позволяет поставить знак равенства как между собственно физическими и юридическими лицами, так и принадлежащей им деловой репутацией.

В российском праве приобрело известность иностранное понятие goodwill. Существует мнение, что деловая репутация и goodwill синонимы¹, однако необходимо отметить, что данные понятия отождествлять нельзя. Goodwill – это элементы и качества организации, с помощью которых она получает высокую прибыль и побуждает клиентов пользоваться ее товарами или услугами². Goodwill охватывает только нематериальные активы юридического лица, в связи с чем понимается, как нематериальная стоимость организации³. Понятие goodwill шире понятия деловая репутация. В его содержание включается деловая репутация, способность работников к разработке и внедрению новых подходов в деятельности организации⁴, применяемые инновационные технологии, положение на соответствующем рынке, наличие устойчивой клиентуры, прочные деловые связи и др.

Следует также различать деловую репутацию и имидж юридического лица. Имидж, в отличие от деловой репутации, специально, целенаправленно сформированный образ. Для формирования имиджа используются внешние атрибуты, которые могут быть восприняты обществом, например, традиции коллектива, отношения работников с руководителями, финансовое положение организации⁵.

Итак, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что деловая репутация – сложившееся общественное мнение, в котором выражена оценка деловых качеств лица, то есть таких качеств, которые

¹ Юдина Л. Н. Исторические предпосылки возникновения понятия гудвила (деловой репутации организации) // Гуманитарные научные исследования. – 2021. – № 8 – С. 103.

² Цибенко А. Ю. Деловая репутация юридического лица и способы ее защиты // Налоги. – 2021. – № 24. – С. 23.

³ Колосова В. И. Указ. соч. – С. 263 – 264.

⁴ Ульянова О. А. Указ. соч. – С. 892 – 893.

⁵ Цибенко А. Ю. Указ. соч. – С. 30.

имеют отношение к какой-либо его социально-значимой деятельности (служебной, профессиональной, общественной, производственной или иной). Деловая репутация является нематериальным благом.

1.2 Право юридического лица на деловую репутацию

Провозглашение в Российской Федерации демократии взаимосвязано с достижением и поддержанием высокого уровня реализации и защиты прав и свобод человека со стороны государства, причем как имущественных, так и не имущественных, в том числе права на деловую репутацию¹. Законодатель наделил правом на деловую репутацию не только физических, но и юридических лиц (пункт 11 статьи 152 ГК РФ).

«Право» можно рассматривать в объективном и субъективном смысле. Право юридического лица на деловую репутацию в объективном смысле – это совокупность норм, регулирующих отношения, которые складываются по поводу деловой репутации организации².

Термин «деловая репутация» был впервые закреплён в законодательстве в статье 7 Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик 31 мая 1991 г. Современный Гражданский кодекс РФ от 1 янв. 1995 г. в пункте 2 статьи 2 устанавливает, что нематериальные блага защищаются гражданским законодательством, если иное не вытекает из их существа. Статья 152 посвящена защите чести, достоинства и деловой репутации. Она позволяет при использовании права на свободу слова определять границы распространения информации. Существенные изменения в статью 152 ГК РФ были внесены со вступлением в силу Федерального закона № 142-ФЗ от 1 окт. 2013 г. «О внесении изменений в

¹ Безроднова К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Право. – 2019. – № 1. – С. 12 – 13.

² Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 27.

подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» (– далее ФЗ № 142–ФЗ от 1 окт. 2013 г.).

Следует разобраться, о чем же говорится в статье 152 ГК РФ. Наделяет ли законодатель юридическое лицо субъективным правом на деловую репутацию? В.В. Килинкаров разделяет основные мнения на этот счет на следующие группы:

1. Теория законного интереса.

Л.А. Морозова понимает законный интерес, как социальное благо, с помощью которого возможно удовлетворять собственные потребности¹. Более точно определение дает А.В. Малько, по его мнению, законный интерес – это простое юридическое дозволение, которое проявляется в желании лица пользоваться социальным благом и обращаться к компетентным органам за защитой в случаях необходимости².

Отличие законного интереса от субъективного права проявляется в следующем. Природа законного интереса выражается в простой дозволенности, а субъективного права – в юридически гарантированной и обеспеченной встречными обязанностями возможности. То есть субъективное право, в отличие от законного интереса, всегда существует с корреспондирующей ему обязанностью³. В отношении законного интереса в литературе указывается, что «дозволить одному – не значит обязать другого»⁴. Кроме того, в содержание законного интереса включается только дозволенность пользоваться и дозволенность защищать социальное благо, которые носят характер стремлений, а в содержание субъективного права включается более широкий круг возможностей⁵.

¹ Морозова Л. А. Теория государства и права учебник. / Л. А. Морозова. М.: НОРМА, – 2019. – С. 241.

² Малько А. В. Субъективное право и законный интерес // Правоведение. – 2018. – № 4. – С. 64 – 65.

³ Кожевников В. В. Субъективное право и законный интерес: проблемы соотношения / В.В. Кожевников, А.Е. Кондратьев // Вестник Омского государственного ун - та. Право. – 2021. – № 4(41). – С. 20 – 21.

⁴ Малько А. В. Указ. соч. – С. 64 – 65.

⁵ Кожевников В. В. Указ. Соч –С. 20 – 21.

Итак, согласно «теории законного интереса» законом субъективные права на деловую репутацию не предоставляются, а предоставляется только возможность защиты нематериального блага в необходимых случаях. До момента, когда деловой репутации потребуется защита, действия обладателя в отношении нее описать как активные не представляется возможным, поэтому они и не обеспечиваются встречными обязанностями. Регулирование соответствующих отношений начинается только с момента посягательства на деловую репутацию. Отмечается так же отсутствие соответствующего объекта правоотношения и юридических фактов¹.

Однако понимать деловую репутацию только как законный интерес недостаточно. Лицо, которому принадлежит деловая репутация, в действительности наделено правом осуществлять в отношении нее активные действия, требовать от неопределенного круга лиц воздерживаться от умаления деловой репутации, а в случае если такое умаление произошло – правом на ее защиту. Более того можно выделить объект и юридические факты, с которыми связывается возникновения деловой репутации.

2. Право на деловую репутацию является элементом правоспособности или входит в содержание правоспособности.

По мнению авторов, придерживающихся данной теории с наделением юридического лица правоспособностью возникает и право на деловую репутацию, поэтому нет необходимости связывать его возникновение с каким – либо юридическим фактом.

Отмечается, что законодатель юридическому лицу не предоставил права на активные действия в отношении собственной репутации, но охраняет деловую репутацию, устанавливая обязанность неопределенного круга лиц воздерживаться от посягательств на нее. Конкретные правоотношения, которые способны урегулировать нормы гражданского

¹ Кожевников В. В. Указ. Соч – С. 51.

права возникают только с момента посягательства на деловую репутацию¹.

Содержание правоспособности составляют имущественные и личные неимущественные права, которыми лицо может обладать в соответствии с законом (статья 18 ГК РФ). Следовательно, включаться в содержание правоспособности или являться ее элементом может не право на деловую репутацию, а только предусмотренная законом абстрактная возможность являться субъектом обладателем такого права².

3. Теория субъективного права на деловую репутацию.

Субъективное право С.Н. Братусь определял, как конкретную возможность (меру поведения) в определенном правоотношении, которая обеспечивается законом³. А С.С. Алексеев как юридическую возможность действий для определенного лица⁴. По определению Т.Н. Радько субъективное право есть вид и мера возможного поведения, требования и притязания одной стороны правоотношения к другой⁵.

Субъективное гражданское право представляет собой меру дозволенного поведения субъекта гражданского правоотношения, содержанием которого являются правомочие требования, правомочие на собственные действия и правомочие на защиту⁶.

Субъективное право юридического лица на деловую репутацию Л.В. Морозов, например, понимает, как гарантированную законом меру поведения и меру обладания благом (деловой репутацией)⁷. А Л.Б. Ситдикова как возможность иметь оценку качества своей деятельности, которая может быть

¹ Гусалова А. Р. Право на защиту чести достоинства и деловой репутации в системе субъективных гражданских прав / Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2021. – № 21. – С. 214 – 216.

² Килинкарров В. В. Указ. соч. – С. 157.

³ Братусь С. Н. Субъекты гражданского права / С. Н. Братусь М.: Госюриздат, – 1950. – С. 13.

⁴ Алексеев С. С. Общая теория права / С. С. Алексеев. 2-е изд. М.: Проспект, – 2018. – С. 397.

⁵ Радько Т. Н. Теория государства и права. Учебник для бакалавров / Т. Н. Радько. М.: Проспект, – 2019. – С. 213.

⁶ Суханов Е. А. Указ. соч. – С. 121.

⁷ Морозов Л. В. Право юридического лица на деловую репутацию / Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2020. – № 61–С. 119 – 120.

защищена от действий, ведущих к снижению этой оценки по сравнению с действительной¹.

Итак, авторы, придерживающиеся рассматриваемой теории, утверждают, что у субъективного права на деловую репутацию имеется собственный объект – это воздержание от посягательства на деловую репутацию или сама деловая репутация².

Насчет юридических фактов, с которыми закон связывает возникновения права на деловую репутацию единой позиции нет. Одни авторы утверждают, что право возникает с момента государственной регистрации юридического лица, то есть его создания³, другие считают, что с момента начала осуществления им своей деятельности⁴.

Более того отмечается, что у юридического лица помимо возможности защиты деловой репутации, есть возможность осуществлять в отношении нее активные действия и возможность требовать от третьих лиц воздерживаться от посягательств на его деловую репутацию⁵.

Считается, что для признания субъективного права сама возможность лица осуществлять активные действия в отношении своего блага должна быть предусмотрена законом. Однако нужно иметь в виду, что таких возможностей может быть множество, поэтому каждую из них законодатель не закрепляет. Его задача обеспечить их в целом, либо предоставить свободу в осуществлении действий и ее пределы. Следовательно, о наличии субъективного права возможно утверждать и тогда, когда законодатель не закрепляет каждое возможное действие, но их можно «выявить из общих

¹ Ситдикова Л. Б. Личные неимущественные права юридических лиц // Юридический мир. – 2021. – № 7 – С. 30.

² Килинкар В. В. Указ. соч. – С. 52.

³ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 67 – 68. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

⁴ Тимерханов А.А. Указ. соч. – С. 107 – 108.

⁵ Килинкар В. В. Указ. соч. – С. 52.

установлении правовой системы»¹.

Так, несмотря на то, что законом прямо урегулированы только отношения по защите деловой репутации², из анализа законодательства можно сделать вывод, что организация наделяется и другими правами в отношении деловой репутации, в частности правом формировать и поддерживать положительную деловую репутацию для извлечения собственной выгоды (например, безупречная деловая репутация придает товару юридического лица более высокую ценность), в случаях необходимости оценивать ее, учитывать и предоставлять по договору право на ее использование другим лицам.

То есть существование права на деловую репутацию не зависит от того совершено ли посягательство на нематериальное благо, с посягательством возникает лишь еще одно право³ : право на защиту деловой репутации.

А.Л. Анисимов делает вывод о наличии субъективного права на деловую репутацию из анализа статьи 152 ГК РФ. Данная статья позволяет применять к нарушителю меры ответственности, но для этого нужно, чтобы еще до посягательства на деловую репутацию существовало охраняемое субъективное право у одного лица и обязанность не посягать на него у других. Отсюда следует, что юридическое лицо обладает правом требования к неопределенному кругу лиц воздерживаться от умаления его репутации, при этом такое право имеет первоочередное и наиболее существенное значение для юридического лица⁴.

Проанализировав указанные выше позиции, я прихожу к выводу, что

¹ Килинков В. В. Указ. соч. – С. 115 – 116.

² Огрохина А. Е. Право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации // Наука и общество в современных условиях. – 2019. – № 1 (3). – С. 130.

³ Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов. М. : НОРМА, – 2021. – С. 32.

⁴ Анисимов А. Л. Указ. соч. – С. 31 – 32.

право юридического лица на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право. Оно существует объективно и нуждается в защите, когда и постольку, тогда и поскольку осуществляется посягательство на нее¹, а государство обязано обеспечивать надлежащую реализацию и защиту².

Таким образом, субъективное право юридического лица на деловую репутацию – это мера дозволенного поведения юридического лица, содержанием которого являются правомочие на собственные действия в отношении принадлежащей ему деловой репутации, правомочие требования от неопределенного круга лиц воздерживаться от посягательств на деловую репутацию и правомочие на ее защиту.

В содержание субъективного права на деловую репутацию включается:

1. Юридическое лицо вправе осуществлять собственные активные действия в отношении деловой репутации, которые ограничены принципами разумности и добросовестности.

В процессе осуществления своей деятельности юридическое лицо формирует и поддерживает собственную деловую репутацию. Его действия могут быть прямо направлены на ее формирование (например, действия по распространению информации о себе³), так и прямо не направлены, но оказывающие влияние (например, действия направленные на повышение качества товаров, работ, услуг или условий труда работников). Юридическое лицо вправе пользоваться деловой репутацией в своем интересе для достижения целей ради которых оно создано (положительная деловая репутация будет влиять на желание контрагентов заключать договоры,

¹ Поликарпов М.В. Некоторые пробелы гражданского законодательства, регулирующего охрану чести, достоинства и деловой репутации // Современное право. – 2019. – № 11. – С. 41 – 42.

² Архиреев Н. В. Развитие законодательства Российской Федерации о защите деловой репутации юридических лиц // Юрист. – 2019. – № 15. – С. 17.

³ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 44 – 46.

потребителей приобретать товары и т.д.)¹. Так, в необходимых случаях организация может оценивать деловую репутацию, учитывать и предоставлять по договору право на ее использование другим лицам.

2. Юридическое лицо вправе требовать от неопределенного круга лиц воздерживаться от нарушения субъективного права на деловую репутацию, то есть совершения таких действий, которые «могут негативно сказаться на его деловой репутации»².

3. Юридическое лицо вправе защищать свое право во всех случаях умаления деловой репутации, то есть применять предусмотренные законом меры защиты с целью восстановления нарушенного права, а также пресечения действий, нарушающих его или создающих ему угрозу³.

Обладатель деловой репутации наделен всеми тремя правомочиями, составляющими содержание субъективного гражданского права.

Изложенная точка зрения не единственная в литературе. Так, М.А. Рожкова включает в содержание субъективного права на деловую репутацию правомочия обладания, использования и распоряжения⁴, что не представляется верным в части выделения правомочия обладания и распоряжения. Как отмечает О.Ш. Аюпов выделение правомочия обладания не имеет в данном случае самостоятельного значения. Оно в большей степени применимо к вещному праву и выражается в физическом обладании вещью⁵. А также обладатель не может распоряжаться, то есть определять юридическую судьбу своей деловой репутации. Он не может ее уничтожить, отказаться от нее, более того, как уже отмечалось, деловая репутация не отчуждаемая и не передаваемая.

¹ Дьяченко Е. М. Указ. соч. – С. 112, 120 – 121.

² Тимерханов А. А. Указ. соч. – С. 82 – 83.

³ Собко Т. С. Право юридического лица на гражданско-правовую защиту деловой репутации / Законность и правопорядок в современном обществе. – 2021. – № 3. – С. 107 – 108.

⁴ Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 56.

⁵ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 42 – 43.

Деловая репутация существует пока существует юридическое лицо. Однако по поводу момента возникновения деловой репутации у юридического лица в доктрине гражданского права нет единого мнения.

Некоторые ученые отмечают, что возникновение деловой репутации следует связывать с фактом начала осуществления организацией фактической деятельности¹. Так как до этого момента она не может быть оценена со стороны других лиц. Деловая репутация требует «зарабатывания», она – не имущественный результат деятельности юридического лица², то есть сама деятельность вызывает ту или иную оценку со стороны окружающих³.

Однако не понятно, что включает в себя фактическая деятельность и как определить начало ее осуществления (достаточно ли совершение одной сделки или необходима некая совокупность, включает ли фактическая деятельность разрешение внутри корпоративных вопросов и т.п.). Отсюда не представляется возможным определить юридический факт, являющийся основанием возникновения деловой репутации, то есть отсутствует формальная определенность. Данное обстоятельство влечет ряд негативных последствий. Так, защищая деловую репутацию в суде придется прежде всего доказать, что деловая репутация у юридического лица возникла. Более того порочащие сведения могут быть распространены и в «период незащитности» деловой репутации, то есть в отношении только созданного юридического лица, что окажет негативное влияние на дальнейшее формирование его деловой репутации.

В связи с вышеизложенным мнение авторов, утверждающих, что деловая репутация возникает с момента создания юридического лица, представляется наиболее верным. Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации. Данный момент точно определен

¹ Тимерханов А. А. Указ. соч. – С. 97.

² Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 61.

³ Эрдлевский А. М. Указ. соч. – С. 156.

во времени, следовательно, и момент возникновения деловой репутации в таком случае известен и нет необходимости это доказывать.

О.Ш. Аюпов пишет, что деловая репутация формируется путем общественной оценки юридического лица, которая появляется при распространении информации о нем. Первые сведения появляются при создании от лица, создающего организацию. Кроме того, с момента создания юридического лица сведения о нем включаются в Единый государственный реестр юридических лиц, а также в Единый федеральный реестр сведений о фактах деятельности юридических лиц и становятся общедоступными.

Следовательно, с момента создания организации создается его деловая репутация, на которую у нее возникает субъективное право¹.

Указанная позиция отражена в абзаце 16 пункта 2 Письма Федеральной антимонопольной службы России от 30 сент. 2011 г. № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» а также в судебной практике. Так, Девятый арбитражный апелляционный суд в Постановлении от 15 фев. 2007 г. указал, что деловая репутация юридического лица возникает с момента возникновения его самого, то есть с момента государственной регистрации. Таким образом, право юридического лица на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право, которое возникает с момента создания юридического лица. В его содержание включаются: правомочие на активные действия в отношении своей деловой репутации, правомочие требовать от окружающих воздерживаться от посягательств на деловую репутацию и, в случае посягательства, правомочие на защиту. Его надлежащая реализация и защита гарантируется государством.

¹ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, – 2019. – С. 31.

2 ГРАЖДАНСКО- ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

2.1 Условия защиты деловой репутации юридического лица

Защита деловой репутации юридического лица – это законодательно закрепленные меры государственного принуждения, направленные на пресечение противоправных действий и устранение их неблагоприятных последствий¹.

Из анализа пункта 1 и пункта 11 статьи 152 ГК РФ² можно сделать вывод, что основанием для возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица является совокупность следующих четырех условий:

- наличие факта распространения сведений;
- распространенные сведения имеют порочащий характер;
- распространенные порочащие сведения не соответствуют действительности;
- указанные сведения распространены третьим лицом.

Далее следует рассмотреть каждое из выделенных условий подробнее.

1. Наличие факта распространения сведений.

Под распространением сведений следует понимать их сообщение одному, нескольким либо неопределенному третьих кругу лиц в устной или

¹ Потякина С. В. Некоторые особенности судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] // SCI – ARTICLE.RU. Электрон. дан. [Б. м.], – 2019.

² Статья 152 ГК РФ: 1. Гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. Опровержение должно быть сделано тем же способом, которым были распространены сведения о гражданине, или другим аналогичным способом.

11. Правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина, за исключением положений о компенсации морального вреда, соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

письменной форме. Например, опубликование в печати, демонстрацию, трансляцию по телевидению или радио, изложение в публичных выступлениях, размещение в сети «Интернет». Не является распространением сообщение сведений тому лицу, которого они касаются.

Если не соответствующие действительности сведения сообщены только одному третьему лицу, и они остались известны лишь этому лицу, то есть не стали достоянием широкой гласности, все равно имеется основание ставить вопрос об их опровержении. Сообщивший эти сведения практически теряет возможность препятствовать их дальнейшему распространению¹.

Сведения о юридическом лице, его деятельности и деловых качествах формируют положительную или отрицательную деловую репутацию организации. Такие сведения могут быть распространены как самим юридическим лицом через свои органы, так и сообщены третьими лицами. Распространенная информация может быть не только достоверной, но и ложной, может причинить вред деловой репутации организации, вызвать недоверие, скомпрометировать, очернить, опозорить².

Как отмечает А.П. Сергеев в доктрине под сведениями понимается информация об определенном лице, его качествах, поступках, а также о реальных произошедших с ним событиях, к которой применимы критерии истинности и ложности, то есть фактологические суждения. Например, «утверждение о совершении лицом правонарушения»³. Выяснить соответствует ли действительности подобная информация, реально ли произошло определенное событие, или совершено ли этим лицом конкретное действие может быть затруднительно, однако возможно⁴.

От утверждений о фактах необходимо отличать оценочные суждения.

¹ Шишенина А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан // Адвокат. – 2018. – № 7. – С. 106.

² Рожкова М. А. – С. 40.

³ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 424.

⁴ Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 46.

Под оценочными суждениями понимается субъективное мнение третьего лица выражающее его отношение к определенному объекту в целом, либо к его отдельным признакам. Например, «умелый – неумелый», «профессиональный – непрофессиональный».

Правильное понимание данных категорий имеет важное значение. Мнение лица, то есть оценочное суждение не может нарушать право на деловую репутацию. Так как мнение, в отличие от фактологических сведений, не представляется возможным оценить с точки зрения истинности и ложности, оно не констатирует факт реальной действительности, а только выражает внутреннее отношение к чему – либо¹. С оценочными сведениями можно не соглашаться, спорить, отстаивать противоположную позицию, но опровергнуть их невозможно. Так, автор статьи, размещенной в одном из печатных изданий сравнил организацию с «прущим напролом носорогом». В такой ситуации и без опровержения очевидно, что организация носорогом не является². Более того, Конституцией Российской Федерации каждому гарантирована свобода мысли и слова, что предполагает возможность свободно выражать свою точку зрения³.

Оценочные суждения, мнения, убеждения могут быть оспорены в суде в порядке статьи 152 ГК РФ, только если они носят оскорбительный характер. Данное положение закреплено в пункте 6 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утверждённого Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16 марта 2016 г.⁴ (– далее Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г.). Следовательно, во всех остальных случаях защита деловой

¹ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 422 – 424.

² Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 46 – 47.

³ Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием от 12 дек. 1993 г. : (с учетом поправок от 04.10.2022 г. № 8–ФКЗ) // Собр. законодательства РФ. – 2022. – № 31. – Ст. 4398.

⁴ Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2019 г.

репутации возможна только если распространены сведения о фактах.

Так, Арбитражный суд Ярославской области в одном из своих решений удовлетворил требования истца о признании распространенных о нем сведений порочащими не соответствующими действительности на основании того, что утверждение высказанное в эфире городского телеканала: «после первой проверки в мае суд наложил на организацию штраф в 155 тысяч рублей, однако руководство кафе проигнорировало требование фемиды...» является фактологическим суждением, которое может быть проверено на предмет его соответствия действительности. Однако ответчик соответствующих доказательств предоставить не смог¹. А в одном из решений Арбитражного суда Еврейской автономной области суд отказал в удовлетворении требований истца о признании распространенных сведений порочащими его деловую репутацию. Суд признал, что фраза «Вопрос переселения граждан из ветхого жилья является актуальным не только для жителей поселка Известковый, но и для жителей других поселений района. Но, что касается Известкового, то, я считаю, эта проблема раздувается искусственно руководством компании– застройщика...» является оценочным суждением и не является предметом судебной защиты в порядке статьи 152 ГК РФ, на оценочный характер указывает словосочетание «я считаю», которая свидетельствует о высказывании субъективного мнения².

На практике представляется сложным отграничить сведения о фактах от оценочного мнения. В связи с этим, в литературе рекомендуется провести несколько этапов проверки. Первый этап или «внешний» – информация, в которой присутствуют «слова–маркеры»: «я считаю», «я думаю» и т.д., считается мнением. Второй или «внутренний» – информация, которую

¹ Решение Арбитражного суда Ярославской области от 22 июля 2015 г. по делу № А82 – 180/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 31.01.2017).

² Решение Арбитражного суда Еврейской автономной области от 22 нояб. 2013 г. по делу № А16 – 973/2013 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 31.01.2017).

возможно проверить по признаку «было – не было», «правда – ложь» считается утверждением о фактах¹. Однако, как верно утверждает М.В. Свинцова, этим проверка не может быть ограничена, так как существенную роль играет контекст распространённой информации². Так, в одном из дел Европейский суд по правам человека пришел к выводу, что фраза «абсолютно недееспособный» из контекста всей распространенной информации является оценочным суждением³.

В Арбитражном суде Уральского округа по кассационной жалобе акционерного общества было рассмотрено дело о признании не соответствующими действительности и порочащими его деловую репутацию сведений. Суд кассационной инстанции пришел к выводу о верной оценке судом апелляционной инстанции распространенных сведений. Так, фразы «Применялись, вероятно, коррупционные схемы при реализации объектов...»; «Неисполнение договора в установленный срок, скорее всего, вызвано действиями самих сетевиков, которые, предположительно, специально затягивали утверждение проекта, чтобы получить выгоду за счет штрафных санкций...», содержат оценочные суждения. О том, что высказано мнение свидетельствует то, что сведения изложены в форме прямой речи, в тексте используются вводные слова. А также данная информация в целом представлена как обращение к окружающим с целью привлечь внимание к актуальной проблеме и предполагает ее негативную оценку⁴.

2. Распространенные сведения имеют порочащий характер.

Порочащими являются любые сведения содержащие отрицательную

¹ Гаврилов Е. В. Гражданско–правовая диффамация как гражданско–правовое нарушение // Налоги. – 2020. – № 29. – С. 28 – 29.

² Свинцова М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц // Судья. – 2019. – № 4. – С. 32.

³ Гринберг против Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Европейского суда по правам человека по делу от 23 июля 2005 г. № 23472/03 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. – М., 2005.

⁴ Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 19 окт. 2016 г. по делу № А60 – 3660/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], – 2012–2017.

информацию правового или морального характера.

Законодатель не дает ответ на вопрос, как распознать порочащие сведения, поэтому в каждом конкретном случае необходимо учитывать реальные обстоятельства дела, в том числе информацию о лице как распространившем сведения, так и пострадавшем ¹, руководствоваться объективными критериями, принимать во внимание нормы законодательства, а не субъективную оценку сведений потерпевшим².

Примеры порочащих сведений содержатся в постановлении Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3. Так, сведениями, порочащими деловую репутацию организации, могут являться, в частности, сведения, содержащие утверждения о «недобросовестном поведении при реализации производственно– хозяйственной и предпринимательской деятельности или о нарушении деловой этики». В литературе данный список дополняется. Порочащей может являться информация, например, о том, что организация не соответствует обязательным требованиям необходимым для осуществления предпринимательской деятельности; ее деятельность не соответствует принятым стандартам; производимая продукция, оказываемые услуги, выполняемые работы имеют низкое качество; об отрицательном отношении со стороны организации к контрагентам или клиентам.

Последствием распространения таких сведений является умаление деловой репутации и связанное с этим уменьшение коммерческих возможностей³ (например, отказ от заключения договоров контрагентами, клиентами, потребителями и связанные с этим финансовые потери)⁴.

Так, общество с ограниченной ответственностью «Натали»

¹ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 423 – 425.

² Карасик Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. – 2019. – №5. – С. 128.

³ Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. Владикавказ, – 2020. – С. 129.

⁴ Бычкова А. В. Особенности гражданско–правовой защиты деловой репутации юридических лиц // Гуманитарные и юридические исследования. – 2019. – № 2. – С. 19.

обратилось в суд с иском к обществу с ограниченной ответственностью «Курс» о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений, содержащихся в статье, размещенной на сайте в сети «Интернет». А именно: «Магазин «Натали» понесет ответственность за паленую алкогольную продукцию». При рассмотрении дела суд установил, что вступившим в законную силу решением суда подтверждается факт торговли истцом поддельной алкогольной продукцией, а также исследовал прилагательное «паленый», которое в одном из значений понимается, как «поддельный, изготовленный нелегально», к просторечным или жаргонизмам данное слово не относится. Используемое прилагательное достоверно и точно выразило подтвержденные судебным решением обстоятельства¹.

Необходимо отметить, что следует согласиться с распространенным в литературе мнением о том, что несмотря на то, что юридическое лицо самостоятельный субъект гражданского права, к порочащим юридическое лицо сведениям необходимо относить не только те, которые имеют отношение к самой организации, но и те, которые относятся к ее учредителям (участникам), органам управления, органам контроля и работникам². Действительно, деятельность перечисленных лиц оказывает прямое влияние на мнение об организации, что учитывается судами при рассмотрении данной категории дел.

Так, в одном из своих постановлений Шестой арбитражный апелляционный суд отметил, что деловая репутация юридического лица включает в себя репутацию как самой организации, так и ее руководителей, работников. В связи с этим и посягательство на деловую репутацию юридического лица может быть осуществлено путем распространения порочащих сведений о его работниках. Так, в деле по иску акционерного

¹ Решение Арбитражного суда Липецкой области от 6 окт. 2016 г. по делу № А36 – 2638/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], – 2012–2017.

² Фроловский Н. Г. Указ. соч. С. 50 – 51, Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 52 – 53.

общества по результатам назначенной судом лингвистической экспертизы установлено, что в оспариваемом тексте идет речь о работниках, руководстве АО, употребляются термины топ–менеджеры, управленцы, руководство и т.д. Несмотря на то, что конкретные люди не названы, их причастность к самой организации не вызывает сомнений. Суд пришел к выводу, что распространенные о них сведения относятся к организации в целом¹.

Данное положение нашло отражение в пункте 12 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г., в котором отмечено, что при разрешении вопроса о том, влияют ли порочащие учредителей (участников) организации сведения на ее деловую репутацию необходимо оценивать характер таких сведений. Если распространенные сведения умаляют деловую репутацию физического лица именно как руководителя (участника, работника) юридического лица, то они умаляют и деловую репутацию самого юридического лица, так как «единоличный исполнительный орган общества действует от имени общества в гражданском обороте и его репутация неизбежно ассоциируется с репутацией общества...».

В литературе отмечается, что защита деловой репутации юридического лица необходима и в случае распространения информации, которая не порочит деловую репутацию, но является недостоверной². Данная точка зрения представляется верной. Действительно, распространение положительной, но ложной информации приведет к формированию не соответствующего действительности образа, к трудностям при осуществлении деятельности, а в последствии к конфликтам с клиентами или контрагентами. Законодатель принял во внимание данную точку зрения и со вступлением в силу ФЗ № 142- ФЗ от 1 окт. 2013 г. в статью 152 ГК РФ

¹ Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 28 янв. 2016 г. по делу № А73 – 14368/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], – 2012–2017..

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

добавлен пункт 10, согласно которому лицо может защитить свою деловую репутацию в случае распространения любых не соответствующих действительности сведений, такому лицу необходимо будет доказать их ложность.

3. Распространенные порочащие сведения не соответствуют действительности. В соответствии с пунктом 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 сведениями, не соответствующими действительности, признаются сведения о фактах, событиях, которых в реальности во время, к которому относится оспариваемая информация, не было. При этом «сведения, содержащиеся в решениях суда, иных процессуальных, официальных документах, для обжалования и оспаривания которых предусмотрен иной установленный законом порядок, не могут относиться к не соответствующим действительности сведениям. В частности, не могут быть опровергнуты в порядке статьи 152 ГК РФ сведения, содержащиеся в приказе об увольнении, так как такой приказ может быть оспорен только в порядке, предусмотренном Трудовым Кодексом РФ».

Порочащими не соответствующими действительности сведениями не могут признаваться также сведения, которые извлечены из официальных источников, а затем распространены в СМИ¹.

Следовательно, в случае распространения порочащих, но соответствующих действительности сведений юридическое лицо не может использовать способы защиты деловой репутации. Однако, некоторые авторы пишут о том, что и в случае распространения достоверной информации не исключены негативные последствия, если такие сведения распространены с целью нанести вред деловой репутации организации или с целью ограничения конкуренции². В Конституции РФ закреплена свобода мысли и

¹ Тяпухин С. В. О защите деловой репутации / Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. – 2021 – № 2. – С. 56.

² Хван О. В. Нарушение права на деловую репутацию / Наука и образование: хозяйство и экономика,

слова, но, если использование такой свободы происходит с целью нанести вред деловой репутации, ограничить конкуренцию, то это противоречит нормам ГК РФ. В соответствии со статьей 10 ГК РФ не допускается злоупотребление правом, запрещено совершение поступков с умыслом причинить вред другому лицу. В связи с чем в литературе предлагается закрепить в законе защиту деловой репутации также при недобросовестном распространении порочащих ее деловую репутацию сведений с намерением причинить вред, ограничить конкуренцию¹.

Лицу, распространившему оспариваемую информацию необходимо доказать ее достоверность, в обратном случае оно понесет ответственность. Согласно пункту 7 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г. распространившее сведения лицо освобождается от ответственности в случае установления соответствия действительности распространенных сведений. При этом отсутствует необходимость доказывания правдивости каждого отдельного слова или фразы во всем высказывании.

Так, общество обратилось с иском в суд о защите деловой репутации, оспаривая размещенные в одной из газет сведения о банкротстве организации и о большом количестве долгов перед кредиторами, долгов перед бюджетом в размере более 4000000 руб. В ходе судебного разбирательства суд установил, что в отношении организации действительно введена процедура наблюдения. Доказательств конкретного размера долга ответчик не предоставил. Однако, суд пришел к выводу, что ключевой является информация о существовании больших долгов, она подтверждается определением суда о введении процедуры наблюдения. При таких обстоятельствах распространенные сведения ложными не являются.

предпринимательство, право и управление. – 2021. – № 6 (25). – С. 97 – 98.

¹ Переверзев А. С. Нарушение право юридического лица на деловую репутацию путем распространения сведений // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2019. – № 11. – С. 77 – 79.

4. Сведения распространены третьим лицом.

Указанные выше сведения должны быть распространены именно третьим лицом. Действительно, следует согласиться с утверждением А.П. Сергеева: «распространение любых сведений лицом о самом себе не может считаться обстоятельством, нарушающим условия объективности формирования мнения об этом лице»¹. Распространение лицом информации о себе является поведением лица, направленным на формирование и поддержание своей деловой репутации, которое также становится предметом оценки окружающими.

Таким образом, можно еще раз отметить, что основанием возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица является юридический факт – распространение третьим лицом не соответствующих действительности порочащих сведений.

2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица

Споры о защите деловой репутации рассматриваются судами общей юрисдикции и арбитражными судами.

Правило разграничения подведомственности между арбитражными судами и судами общей юрисдикции раскрывается в пункте 1 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г. Критерием разграничения является сфера деятельности истца, к которой относится спор. «Если сторонами спора являются индивидуальные предприниматели или юридические лица в сфере, не относящейся к предпринимательской и иной экономической деятельности, спор подлежит рассмотрению в суде общей юрисдикции». Например, в

¹ Сергеев А. П. Указ. соч. – С. 425.

случае необходимости восстановления деловой репутации адвокатской палаты необходимо обращаться в суд общей юрисдикции, так как ее деятельность предпринимательской не является.

Согласно пункту 7 части 6 статьи 27 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (– далее АПК РФ) дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности относятся к специальной исключительной компетенции арбитражных судов. То есть арбитражные суды рассматривают указанные дела и в том случае, когда участниками правоотношений, из которых возник спор, являются организации, не являющиеся юридическими лицами и граждане, не наделенные статусом индивидуального предпринимателя¹.

На что также обращается внимание в пункте 9 Постановление Пленума ВАС РФ от 9 дек. 2002 г. № 11 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации» суды при разрешении споров связанных с защитой деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности должны учитывать, что такие споры разрешаются арбитражным судом и в том случае, когда к участию в деле привлечен «гражданин не наделенный статусом индивидуального предпринимателя, например, автор распространенной информации»².

Не все авторы в литературе согласны с данным подходом законодателя. Есть мнение о том, что при рассмотрении дел о защите деловой репутации должны применяться общие правила разграничения подведомственности по характеру спорных правоотношений и по их

¹ Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 24 июля 2002 г. № 95 – ФЗ : (ред. От 05.12.2022 г.) // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 30. – Ст. 3012.

² О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от – 09 .12. 2002 г. – № 11 (ред. от 17 нояб. 2015).

субъектному составу¹.

Исковые заявления по делам о защите деловой репутации вправе подать в суд лица, которые считают, что о них распространены не соответствующие действительности порочащие сведения².

Ответчиками по данной категории дел являются граждане и организации, которые распространили порочащие не соответствующие действительности сведения о другом лице³. Порочащие сведения могут быть распространены через средства массовой информации. В таком случае ответчиками являются автор и редакция СМИ. В исковом заявлении в этом случае следует указывать двух ответчиков. Если же при этом имя автора не было обозначено, то надлежащим ответчиком является редакция. В качестве ответчика может быть привлечен учредитель редакции, но только в том случае, если редакция юридическим лицом не является.

В некоторых случаях редакция, главный редактор, журналист освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию организации. Такие случаи перечислены в статье 57 Закона РФ «О средствах массовой информации». Например, в случае если такие сведения присутствуют в обязательных сообщениях, в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, органов общественных объединений; получены от информационных агентств; являются точным воспроизведением сведений, распространенных другим СМИ, которое может быть привлечено к ответственности⁴.

¹ Потапенко С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите // Законодательство. – 2019. – № 12. – С. 45.

² О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., – 2005.

³ Гражданское право : учебник в 3 т. / Н.Н. Агафонова [и др.] ; отв. ред. В. П. Мозолин. М. : Проспект, 2021. Т. 1. С. 298. 5 Жарков М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке // Советник юриста. – 2021. – № 7 – С. 74 – 76.

⁴ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.12.2022) "О средствах массовой информации" // Ведомости

Возможна ситуация, когда СМИ размещая сведения допустило некую неточности в цитировании, например, опечатку, но при этом смысл остался прежним, тогда оно также освобождается от ответственности¹. Работник, распространивший порочащие не соответствующие действительности сведения, исполняя свои служебные обязанности от имени работодателя, освобождается от ответственности, которая возлагается на самого работодателя². В случае распространения порочащих сведений в сети «Интернет» возникают сложности с установлением надлежащего ответчика. Для решения данного вопроса А.В. Жданов предлагает рассмотреть схему отношений в сети «Интернет». Так, привлечь к ответственности за распространения сведений регистратора и провайдеров нельзя. Функция регистратора ограничивается внесением имени в реестр и выдачей наименования при создании сайта, а провайдеры обеспечивают доступ к средствам для хранения данных, необходимых для размещения информации. Они только создают возможность для осуществления действий в сети «Интернет». Ответственным лицом может признаваться лишь сам владелец сайта³.

Суды при рассмотрении данной категории дел разрешая вопрос о привлечении к ответственности администратора сайта учитывают степень его вовлечения в процесс передачи, обработки, хранения информации, возможность изменять ее содержание и контролировать. В случае если администратор сайта не оказывает влияния на целостность информации, не определяет ее передачу, не выбирает получателя он не может быть привлечен к ответственности. Но это не освобождает от обязанности владельца сайта или уполномоченного им лица, размещающего информацию на данном сайте,

СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.

¹ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] :дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, –2019. – С. 89 – 91.

² Кархалев Д. Н. Защита неимущественных прав // Юрист. –2019. –№ 15. – С. 40.

³ Жданов А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. – 2021. –№. 11. – С. 128 – 129.

удалить сведения, признанные судом порочащими и не соответствующими действительности по заявлению потерпевшего. Что представляет собой законный способ защиты нарушенного права. Потерпевший вправе предъявить требование об удалении информации непосредственно владельцу сайта, а в случае его отказа – обжаловать в суд. Нужно иметь в виду, что администратор сайта не всегда обладает возможностями самостоятельно установить достоверность размещенной третьим лицом информации. В связи с этим не во всех случаях на него может быть возложена ответственность за такой отказ (пункт 16 Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г.).

Согласно пункту 13 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г. реорганизация организации, право на деловую репутацию которой нарушено, не исключает возможности восстановления нарушенного права. В такой случае, возможность обратиться с исковым заявлением в суд предоставляется правопреемнику либо его учредителю. Данное положение вызвало интерес в литературе, так как по общему правилу в отношении нематериальных благ, в том числе и деловой репутации, не может быть правопреемства ¹. Однако, нужно иметь в виду, что деловая репутация реорганизованного юридического лица оказывает влияние на деловую репутацию созданного после реорганизации юридического лица, так как к такому лицу переходят активы реорганизованного, а информация о реорганизации является доступной третьим лицам, содержится в его учредительном документе.

Отмечается, что судебная защита деловой репутации возможна и в случае, когда установить лицо, распространившее не соответствующие действительности порочащие сведения не представляется возможным, например, в случае направления анонимного письма на адрес организаций

¹ Соколова О. В. В защиту деловой репутации // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». –

либо в случае распространения сведений в сети «Интернет» лицом, которое невозможно установить. В этом случае дело подлежит рассмотрению в порядке особого производства (пункт 2 постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3). Данное положение представляется верным, в связи с тем, что, не смотря на отсутствие лица к которому возможно предъявить требование, необходимость в восстановлении деловой репутации все же имеется, для этого необходимо установить сам факт несоответствия действительности порочащих деловую репутацию организации сведений.

Согласно пункту 4 Постановление Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 в законе не предусмотрено обязательное до судебное урегулирование спора, то есть потерпевшему не обязательно до подачи иска в суд, обращаться с требованием к лицу, распространившему сведения. Если же потерпевший к такому лицу предварительно обратился, у него появляется право обжаловать в судебном порядке отказ в опровержении либо нарушение установленного законом порядка опровержения. Как отмечает В.М. Лебедев современная российская модель защиты деловой репутации предоставляет юридическому лицу возможность самостоятельно определять необходимость защиты нарушенного права¹.

Законодатель в ГК РФ закрепил презумпцию несоответствия действительности распространенных сведений, следовательно, оспариваемые сведения признаются ложными пока не доказано обратное. Обязанность доказывания их достоверности возлагается на ответчика. Истец лишь должен доказать факт распространения сведений и их порочащий характер.

Суду необходимо проанализировать оспариваемую информацию, чтобы установить действительно ли в ней содержатся сведения умаляющие деловую репутацию истца. Если суд пришел к выводу, что такие сведения

2021. – № 12. – С. 13.

¹ Лебедев В. М. Современная российская модель правосудия // Российское правосудие. Специальный выпуск к VIII Всероссийскому съезду судей. М.: РАП, –2021. – С. 4 – 5.

присутствуют, то необходимо устанавливать достоверны они или ложны, так как распространение порочащих сведений допустимо только при их соответствии действительности¹. Для верного понимания текста, его характера суд может обратиться к помощи лица, обладающего специальными знаниями для проведения лингвистической экспертизы².

Перед экспертом может быть поставлен ряд вопросов. Например, относятся ли распространенные сведения к конкретному лицу; какова форма выражения сведений: оценочное суждение или утверждение о фактах; содержатся ли в тексте оскорбительные слова и выражения или сведения о нарушениях правил делового оборота или деловой этики. Не следует ставить перед экспертом вопрос о том являются ли сведения порочащими деловую репутацию лица³. Дав ответ на данный вопрос, он выйдет за пределы своей компетенции, так как на разрешение экспертом не могут быть поставлены вопросы права и правовых последствий оценки доказательств⁴.

По общему правилу на требования о защите деловой репутации срок исковой давности не распространяется, как и на требования о защите иных нематериальных благ, что закреплено в статье 208 ГК РФ. Однако, данное правило может быть ограничено законом. Так, в соответствии со статьей 45 Закона РФ «О средствах массовой информации» в течение одного года со дня распространения порочащих сведений лицо может обжаловать отказ в опровержении сведений либо нарушение установленного порядка их опровержения. Срок исковой давности также установлен по требованиям, предъявляемым в связи с распространением любых не соответствующих действительности сведений в средствах массовой информации. Так, согласно

¹ Рожкова М. А. Указ. соч. – С. 42 – 43.

² Свинцова М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц // Судья. – 2019. – № 4. – С. 31.

³ Грасмик Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц // Административное право. – 2019. – № 1. – С. 12.

⁴ О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 04 апр. 2014 г. № 23 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон.

пункту 10 статьи 152 ГК РФ такой срок также составляет один год со дня опубликования сведений в соответствующем СМИ.

При разрешении споров о защите деловой репутации перед судом стоит важная задача обеспечения равновесия, в котором с одной стороны находится право юридических лиц на защиту деловой репутации, а с другой – иные конституционные права и свободы граждан: свобода мысли, слова; право свободно искать, приобретать, передавать и распространять информацию любым законным способом; право на обращение в органы государственной власти и местного самоуправления¹. Свобода слова и массовой информации носит основополагающий характер в демократическом государстве, это способ получения сведений органами власти и обществом, самореализации личности, предотвращения и разрешения противоречий в обществе². Право на защиту такого нематериального блага, как деловая репутация от распространённых, не соответствующих действительности порочащих сведений можно признать необходимым ограничением свободы слова и массовой информации¹.

3 СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

3.1 Опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица

Способы защиты гражданских прав – это средства, предусмотренные законом, с помощью которых достижимы предотвращение, пресечение, устранение выявленных нарушений прав, а также восстановление прав и

¹ Тимешов Р. П. Нематериальные блага в гражданском праве и их защита [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Р. П. Тимешов. Краснодар, –2020. – С. 105.

² Колосова В.И. Указ. соч. –С. 262 – 263.

(или) компенсация потерь, образовавшихся вследствие нарушения². Согласно пункту 2 статьи 150 ГК РФ «нематериальные блага защищаются в соответствии с ГК РФ и другими законами в случаях и в порядке, ими предусмотренных, а также в тех случаях и пределах, в каких использование способов защиты гражданских прав (статья 12 ГК РФ) вытекает из существа нарушенного нематериального блага или личного неимущественного права и характера последствий этого нарушения».

Не исчерпывающий перечень способов защиты гражданских прав закреплен в статье 12 ГК РФ. Для защиты деловой репутации, а также чести и достоинства в статье 152 ГК РФ предусмотрены специальные способы защиты. Они могут быть применены в случае распространения о лице не соответствующих действительности порочащих сведений, а также распространения о нем не только порочащих, но и других ложных сведений, при этом потерпевшему лицу необходимо доказать их недостоверность, в последнем случае не может быть применена компенсация морального вреда.

Способы защиты, перечисленные в статье 152 ГК РФ в силу пункта 11, могут быть использованы как физическими, так и юридическими лицами, однако юридические лица в целях защиты деловой репутации не могут требовать компенсации морального вреда.

Среди способов защиты деловой репутации первым указано опровержение. В литературе отмечается, что данный способ защиты самый известный и чаще всего применяемый³.

Опровержение не соответствующих действительности порочащих юридическое лицо сведений является специальным способом защиты

¹ Жарков М. А. Указ. соч. – С. 76 – 78.

² Договорное право. Книга первая: Общие положения. / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. 3-е изд., стер., М.: Статут, –2019. – С. 781.

³ Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. –2019. – С. 495 – 496.

деловой репутации и частным проявлением общего способа защиты гражданских прав, закрепленного в статье 12 ГК РФ – восстановление положения, существовавшего до нарушения права¹. Данный способ защиты направлен на восстановление деловой репутации, существовавшей до посягательства, вследствие которого произошло ее умаление. Это отмечается и судами при принятии решений по искам о защите деловой репутации. Так, Девятый арбитражный апелляционный суд в одном из своих постановлений указал, что удовлетворение требования истца об опровержении распространенных о нем порочащих сведений должно приводить к восстановлению нарушенного права². То есть опровержение связано с воздействием на общество в целях реабилитации пострадавшего лица³.

Суть опровержения, как способа защиты состоит в том, что при доказанности факта распространения не соответствующих действительности порочащих сведений, у лица, их распространившего, возникает обязанность их опровергнуть тем же способом, каким такое лицо их распространило⁵.

Сам термин «опровержение» в законодательстве не раскрывается. В доктрине же предлагаются различные варианты.

Кратким и четким представляется понятие опровержения, которое дает в своей работе Д.Н. Кархалев. Так, опровержение есть сообщение о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений. При этом необходимо иметь в виду, что опровергать возможно только информацию, которая относится к деловой репутации лица. Например, предметом опровержения не может быть информация о количестве участников организации, присутствующих на общем собрании⁴.

¹ Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2021. – № 9. – С. 47 – 48.

² Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 1 авг. 2016 г. по делу № А40– 34952/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ.

³ Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2021. – № 9. – С. 47 – 48.

⁴ Гусалова А. Р. Способы защиты нематериальных благ // Фундаментальные прикладные исследования

Е.В. Гаврилов считает указанное выше определение не полным и предлагает собственное. Так, по его мнению, опровержение – способ защиты чести, достоинства и деловой репутации, осуществляемый добровольно или принудительно за счет усилий лица, несущего ответственность за умаление права на честь, достоинство или деловую репутацию и представляющий собой подтверждение факта распространения не соответствующих действительности порочащих определенное лицо сведений¹.

А.В. Петривнева обращает внимание на то, что термин «опровержение» можно рассматривать в широком и в узком смысле. В широком смысле, как действие, а в узком, как сам опубликованный текст, в котором опровергается не соответствующая действительности порочащая информация². Действительно, и сам текст, информирующий о том, что ранее были распространены ложные сведения, носит название «опровержение», и способ защиты, как действие по признанию лицом, распространившим информацию, факта о том, что она действительности не соответствует, также именуется «опровержение». То есть «опровержение» можно понимать в двух смыслах.

Проанализировав пункт 1 статьи 152 ГК РФ можно отметить, что существует несколько форм реализации опровержения³, выбор конкретной формы зависит от способа распространения сведений. Если сведения содержатся в документе, исходящем от гражданина или организации, такой документ подлежит замене или отзыву, если распространены в СМИ, должны быть опровергнуты в том же СМИ. Перечень не является исчерпывающим.

проблемы и результаты. – 2021. – № 21. – С. 219.

¹ Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2021. – № 9. – С. 50.

² Петривнева А. В. Гражданско–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации // Вестник Евразийской академии административных наук. – 2021. – № 1. – С. 99.

³ Жарков М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско–правовом порядке // Советник юриста. 2021. №7. С.78 – 79, Переверзев А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2021. – № 10. – С. 74.

Однако в литературе существует мнение о том, что отзыв или замена документа является самостоятельным способом защиты деловой репутации¹. В связи с этим необходимо рассмотреть порядок его реализации. Так, отзыв документа реализуется с помощью направления сообщения лицам, которым он был адресован, либо неопределенному кругу лиц (публичное сообщение) о его недействительности. А замена – с помощью направления нового документа². В данном случае отсутствует характерное для опровержения сообщение о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений. Но можно предположить, что оно подразумевается, так как и замена и отзыв документа предполагают его недействительность, следовательно, и недействительность содержащихся в нем сведений. Более того согласно пункту 3 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда РФ от 23 сент. 1999 г. № 46 «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации» в случае, когда суд вынес решение об отзыве документа, содержащего не соответствующие действительности порочащие деловую репутацию сведения, такой отзыв может быть реализован путем направления автором документа сообщения с опровержением ранее распространенных сведений³.

Порядок реализации опровержения сведений, распространенных в СМИ раскрывается в Законе РФ «О средствах массовой информации» (– далее Закон РФ «О СМИ»). Согласно статье 43 лицо имеет возможность предъявить требование к редакции СМИ, в котором были распространены не соответствующие действительности и порочащие его сведения, об опровержении таких сведений. Редакция обязана разместить опровержение в том же СМИ, в случае если у нее отсутствуют доказательства достоверности

¹ Ульянова О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц // Международный научно – исследовательский журнал. – 2021. – № 10 – 1 (41) – С. 104.

² Селина А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения // Интеллектуальный потенциал XXI века. – 2021. – С. 113 – 115.

³ Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации [Электронный ресурс] : информационное письмо Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 23 сент.

оспариваемых сведений. При этом распространению подлежит предоставленный лицом, которое предъявило требование, текст при наличии такового. По требованию лица редакция радио–, телепрограммы вправе предоставить возможность самостоятельно зачитать текст, а после передать его в записи¹. Редакция СМИ не должна вносить исправления, уточнения, комментарии в текст опровержения, предложенный опроверженным лицом².

Статья 44 соответствующего закона раскрывает порядок опровержения. Так, если опровержение размещается в печатном издании оно помещается на том же месте полосы, где была ранее размещена опровергаемая информация, под заголовком «Опровержение». Шрифт его текста должен соответствовать шрифту текста опровергаемого. По объему текст должен быть не менее одной стандартной страницы машинописного текста и не более объема опровергаемого текста вдвое. Если опровержение размещается по радио или телевидению, оно передается в то же время и, как правило, в той же передаче, где и когда была размещена опровергаемая информация. Время, предоставленное для опровержения, не может быть меньше времени необходимого для прочтения диктором стандартной страницы машинописного текста.

В содержание опровержения включается информация о конкретных ложных сведениях, и о том каким образом и когда они были распространены.

Если опровержение размещается в СМИ, которое выходит один или несколько раз в неделю, оно должно быть размещено в течение десяти дней со дня получения требования, в остальных случаях – в ближайшем выпуске. Опровержение может быть размещено и в другом СМИ, но только в случае, когда на время рассмотрения иска об опровержении сведений прекращен

1999 г. № 46 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 1999.

¹ О средствах массовой информации : закон Рос. Федерации от 27 дек. 1991 г. № 2124 – 1 : (ред. От 05.12.2022 г.) // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.

² Рожкова М.А. Указ. соч. –С. 79.

выпуск того СМИ, в котором они были первоначально распространены¹.

При наличии обстоятельств, определенных в статье 45 Закона РФ «О СМИ», редакция обязана или, в некоторых случаях, вправе отказать в опровержении. Такой отказ может быть обжалован в судебном порядке. Так, тогда, когда установлено, что требование об опровержении или сам его текст не согласуется с решением суда, вступившим в законную силу или представляет собой злоупотребление свободой массовой информации в понимании Закона или анонимен, редакция должна отказать в опровержении. Право на отказ возникает, в случаях заявления требования об опровержении в СМИ уже ранее опровергнутой там информации, или, когда требование или текст опровержения поступили после того, как истек год со дня распространения оспариваемой информации.

Редакция после получения требования об опровержении или текста опровержения обязана в течении одного месяца уведомить заинтересованное лицо о сроке, в который будет размещено опровержение, а в случае отказа в его размещении – об отказе с мотивировкой такового.

Внесудебный способ защиты путем обращения с требованием к редакции СМИ обеспечит быстрое восстановление нарушенного права².

При рассмотрении требования об опровержении сведений в судебном порядке, согласно пункту 17 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3, если суд пришел к выводу об удовлетворении искового заявления, в резолютивной части судебного решения устанавливается способ и срок опровержения. А также, в случаях необходимости, закрепляется и сам его текст с указанием на ложные сведения и их распространителя.

Опровержение может быть распространено в СМИ не только путем

¹ О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон.дан. М., –2005.

² Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой

размещения собственно текста, но и в виде сообщения о принятом решении суда с размещением текста соответствующего решения. Что представляет собой еще одну форму реализации опровержения.

Можно согласиться с распространенным в доктрине мнением о невысокой эффективности опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений, как способа защиты деловой репутации. В подтверждение можно указать следующее:

- с опровержением могут ознакомиться не все лица, среди которых были распространены ложные сведения;
- опровержение может не переубедить общество о сложившемся мнении об опороченном лице;
- опровержение не принесет дополнительные возможности пострадавшему лицу воздействовать на общество в целях реабилитации своей деловой репутации¹;
- в случае рассмотрения дела о защите деловой репутации в судебном порядке и удовлетворения иска, опровержение будет дано по истечении длительного периода времени и может утратить свою актуальность².

Вышесказанное не свидетельствует о том, что от опровержения необходимо отказаться. Однако следует отметить, что эффективным будет опровержение, основанное на судебном решении, а его текст должен быть опубликован в известном СМИ, уровень которого должен зависеть от масштаба распространения сведений (уровень муниципального образования, субъекта Российской Федерации, Российской Федерации)³.

репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. – 2019. – № 4 (196). – С. 57.

¹ Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2019. – № 9. – С. 50 – 51.

² Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. – 2019. – № 4 (196). – С. 54 – 55.

³ Селина А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан // Проблемы теории и практики современной науки. – 2020. – С. 159 – 161.

Возникает вопрос о природе принесения извинения как способа защиты деловой репутации. Следует согласиться с мнением Е.В. Гаврилова, который считает, что принесение извинений – это самостоятельный способ защиты деловой репутации несмотря на то, что оно в качестве такового не предусмотрено в законодательстве. Опровержение и принесение извинений существенным образом отличаются. Принесение извинений направлено только в отношении опороченного лица, а опровержение направлено неопределенному кругу лиц для реабилитации лица перед ними¹.

В соответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 принесение извинений не определяется в законодательстве как способ защиты, в связи с чем суд не может обязать ответчика приносить извинения, кроме случаев утверждения мирового соглашения, согласно которому на ответчика возлагается обязанность принести извинения по договоренности сторон. Следовательно, во всех других случаях принесение извинения осуществляется добровольно.

В судебной практике встречается множество определений об утверждении мирового соглашения, текст которых содержит обязанность ответчика принести извинения опороченному юридическому лицу. Проанализировав несколько подобных определений арбитражного суда, можно заметить, что в мировом соглашении стороны договариваются о публичном принесении извинений. Такие извинения, безусловно, будут направлены истцу, однако окажут влияние и на других лиц, которые ознакомятся с их текстом. Так, в Арбитражном суде Свердловской области было рассмотрено исковое заявление акционерного общества к обществу с ограниченной ответственностью о признании не соответствующими действительности, порочащими его деловую репутацию сведений. Суд утвердил предоставленное мировое соглашение, в соответствии с которым

¹ Гаврилов Е. В. Принесение извинений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации //

ответчик обязуется принести публичные извинения путем публикации на сайте в сети «Интернет» опровержения распространенных сведений, содержащего указание на то, что ответчик приносит истцу, его участникам, руководителям, работникам, контрагентам извинения за распространение о нем порочащей и ложной информации¹.

Таким образом опровержение не соответствующих действительности, порочащих сведений является самым распространенным способом защиты деловой репутации юридического лица, направленным на восстановление нарушенного права. Законом точно регламентируется порядок его применения. Однако рассматриваемый способ защиты не может быть признан достаточно эффективным.

3.2 Право на ответ

Согласно пункту 2 статьи 152 ГК РФ если не соответствующие действительности, порочащие лицо сведения распространены в СМИ, то это лицо может предъявить требование, наряду с опровержением таких сведений, об опубликование своего ответа в тех же СМИ².

На основании положения статьи можно сделать вывод, что к условиям реализации права на ответ можно отнести следующие:

- оспариваемые сведения распространены в СМИ;
- ответ может быть размещен только в СМИ³.

А.М. Эрдлевский отмечает, что формулировка правила, закрепленного

Законодательство и экономика. –2020. –№ 7. –С. 18 – 19.

¹ Определение Арбитражного суда Свердловской области от 19 апреля 2013 г. по делу № А60– 52109/2012 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], –2012–2017.

² Пункт 9 статьи 152 ГК РФ: гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, наряду с опровержением таких сведений или опубликованием своего ответа вправе требовать возмещения убытков и компенсации морального вреда, причиненных распространением таких сведений.

³ Гаврилов Е. В Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. –2019. –№ 12. – С. 29 – 30.

в пункте 2 статьи 152 ГК РФ, не совсем удачна. Действительно, проанализировав его можно предположить, что использование такого способа защиты возможно только совместно с предъявлением требования об опровержении. Но если обратиться к пункту 9 этой же статьи, то можно заметить, что данные способы защиты уже указаны через союз «или», что допускает их индивидуальное использование¹. Что подтверждается в судебной практике. Так, Арбитражным судом Кемеровской области было удовлетворено самостоятельное требование общества с ограниченной ответственностью к государственному предприятию «Редакция газеты «Кузбасс», об обязательствах ответчика опубликовать в газете официальный ответ на размещенные в ней сведения о том, что истец осуществляет противоправную деятельность². А Второй арбитражный апелляционный суд в одном из своих постановлений прямо указал, что право на ответ может использоваться независимо от права на опровержение³.

Возможность применения данного способа защиты предусмотрена не только в ГК РФ, но и в Законе РФ «О СМИ», а именно в статье 46. При этом в данной статье предусмотрено два основания применения права на ответ: в случае распространения в отношении конкретного лица не соответствующих действительности сведений или распространения сведений, ущемляющих права и законные интересы гражданина. Что отличает данную норму от нормы статьи 152 ГК РФ.

Возникает вопрос почему в Законе РФ «О СМИ» указывается, как одно из оснований использования права на ответ, распространение сведений, ущемляющих права и законные интересы именно гражданина. Почему

¹Эрделевский А.М. Об изменениях в способах защиты личных неимущественных благ // Хозяйство и право. –2019. – № 11. – С. 26 – 27.

² Решение Арбитражного суда Кемеровской области от 6 апр. 2015 г. по делу № А27–474/2015 [Электронный ресурс] // URL: Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], – 2012–2017.

³ Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 10 нояб. 2016 г. по делу № А31– 2693/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], –2012–2017. URL:<http://sudact.ru>.

данное правило не распространяется на юридических лиц? Ущемление прав и законных интересов путем распространения сведений возможно и в отношении организации. Не понятно с чем связано такое отграничение.

Требования, установленные к применению права на ответ, идентичны с требованиями к применению опровержения, рассмотренные в предыдущем параграфе (они изложены в статьях 43 – 45 Закона РФ "О СМИ"). Дополнительно законом предусмотрено, что ответ на ответ должен быть распространен не ранее чем в последующем выпуске СМИ, кроме редакционных комментариев. Лицо, в отношении которого распространены оспариваемые сведения может использовать право на ответ, а также комментарий, реплику. Разграничение данных понятий в законе не дается.

Помимо оснований применения рассматриваемого способа защиты указанных в законе в пункте 24 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»» указано еще одно, а именно распространение в СМИ сведений, в которых информация передана односторонне, неполно, что искажает ее надлежащее восприятие, тем самым нарушая права и законные интересы лиц, в отношении которых данные сведения распространены¹.

А также согласно пункту 24 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 право на ответ может быть использовано лицом не только в случае распространения в отношении него сведений о фактах, но и оценочных сведений, которые нарушают его права и законные интересы. Такое положение закона представляется верным. Если оценочные сведения о юридическом лице получили огласку, ему должна быть предоставлена возможность высказать свою точку зрения, привести аргументы своей

¹ О практике применения судами Закона Рос. Федерации «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 (ред. от 09 февр. 2012) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. –М., –2012.

позиции и таким образом оказать влияние на мнение лиц, которые ознакомились или могут ознакомиться с оценочными суждениями в будущем.

Таким образом, только с помощью использования права на ответ потерпевшее лицо может защитить свою деловую репутацию в случаях, когда в отношении него распространены оценочные сведения, за которые распространивший не несет ответственность, или не представляется возможным доказать порочащий характер распространенной информации¹.

Итак, выделен широкий круг оснований возможности применения права на ответ. Тем не менее безусловного характера оно не носит.

Так, Конституционный Суд РФ в определении от 1 марта 2010 г. № 323–О–О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича 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» указал, что право на ответ это способ защиты прав и законных интересов, а не личная привилегия и не абсолютное право лица, которое возможно использовать без оснований, условий и требований. При этом Конституционный Суд подчеркнул, что право на ответ согласно Закону РФ «О средствах массовой информации» возникает только тогда, когда в СМИ распространенные ложные сведения (независимо от того, имеют ли они порочащий характер) или распространены ущемляющие права и законные интересы лица сведения, хотя и достоверные. Для подтверждения сделанного вывода Конституционный Суд ссылается в том числе на Резолюцию Комитета министров Совета Европы от 2 июля 1974 г. (74) 26 «О праве на ответ – положение лица по отношению к прессе», согласно которой право на ответ дает лицу возможность откорректировать, исправить распространенные о нем неточные сведения, сведения, затрагивающие его репутацию, а также

¹ Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой

является средством передачи информации окружающим¹.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что право на ответ является самостоятельным способом защиты деловой репутации, имеет свои особенности, которые отличают его от других способов защиты. Несмотря на то, что право на ответ схоже с требованием об опровержении, можно выделить его основные отличия.

1. Для использования права на ответ предусмотрено больше оснований чем для возможности предъявить требование об опровержении, то есть сфера применения первого шире.

2. Ответ публикуется от имени лица в отношении которого были распространены оспариваемые сведения, а опровержение – от имени редакции СМИ².

3. В случае опубликования опровержения редакция СМИ признает факт нарушения права на деловую репутацию. После этого лицо, в отношении которого были распространены порочащие сведения имеет право требовать, например, возмещения убытков. В случае применения права на ответ, последующее право не возникает³.

4. Предъявить требование об опубликовании ответа возможно лишь к редакции СМИ, а требование об опровержении и к иным субъектам.

5. В опровержении указываются те сведения, которые признаны ложными, ответ же может быть шире, а может и вообще не ставить перед собой цель указать такие сведения. Автор ответа может только описать свое

репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. – 2019. – № 4 (196). – С. 56.

¹ Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича 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 [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда Рос. Федерации от 01 марта 2010 г. № 323 – О – О // Официальный интернет–портал правовой информации. Электрон. дан. [Б. м.], 2005–2017. URL: <http://pravo.gov.ru>.

² Гаврилов Е.В. Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2019. – № 12. – С. 29 – 30.

³ Колесникова М. М. Способы опровержения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. / М. М. Колесникова, А. В. Потапов // Вестник Санкт–Петербургской юридической академии. –

мнение, отношение к сложившейся ситуации¹.

Цель использования такого способа защиты – устранить искажения надлежащей информации о лице² и изложить потерпевшим свое мнение. Данный способ защиты направлен на восстановление нарушенного права.

Необходимо помнить, что в современных условиях общество моментально реагирует на любую ставшую известной информацию о каком-либо лице. В связи с этим ответ должен быть конструктивный, понятный и точный, изложен таким образом, чтобы у окружающих могло сложиться надлежащее мнение о юридическом лице³.

Итак, право на ответ является самостоятельным способом защиты деловой репутации, направленным на восстановление нарушенного права. Он может использоваться самостоятельно, в законодательстве закреплён широкий круг оснований его применения. Право на ответ даёт юридическому лицу возможность откорректировать, исправить распространённые о нём сведения, затрагивающие его деловую репутацию, высказать своё мнение и привести аргументы в подтверждение своей позиции.

3.3 Удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет», как способы защиты деловой репутации

Согласно пункту 4 статьи 152 ГК РФ следующим способом защиты деловой репутации юридического лица является удаление информации, содержащей порочащие юридическое лицо сведения. А также в случаях, когда такое удаление не представляется возможным без уничтожения экземпляров материальных носителей, которые содержат соответствующие

2019. – № 1 (30). – С. 73.

¹ Аюпов О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического // Вестник Омского ун-та. Право. – 2021. – № 3. – С. 89 – 91.

² Колесникова М. М. Указ. соч. – С. 73.

³ Там же. – С. 73.

сведения – запрещения или пресечения распространения таких сведений посредством уничтожения экземпляров материальных носителей без компенсации. Такой способ защиты, согласно статье 152 ГК РФ, применяется в случаях, когда порочащие деловую репутацию сведения приобрели широкую известность и при этом опровержение довести до всеобщего сведения не представляется возможным. Удаление соответствующей информации осуществляется по судебному решению¹.

То есть применения рассматриваемого способа защиты возможно в том случае, когда опровержение в полной мере не защитит деловую репутацию юридического лица. В литературе на основании этого делается вывод о том, что опровержение и удаление соответствующей информации взаимоисключающие друг друга способы защиты².

В законодательстве не дается ответа на вопрос что значит широкое распространение сведений. Данная категория является оценочной. К критериям оценки можно отнести критерии предложенные О.Ш. Аюповым – охват ознакомившейся аудитории, территория, период времени и способ распространения, а также объем экземпляров материальных носителей, содержащих такие сведения³.

Данный способ защиты является наиболее эффективным. После опровержения первоначальная информация, содержащая порочащие сведения, остается доступной для ознакомления, на ее основании у любого лица может сформироваться мнение об организации⁴, что исключается, при удалении соответствующей информации.

¹ Ульянова О. А. Не имущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц // Международный научно – исследовательский журнал. –2019. –№ 10. 1 (41). –С. 105.

² Мишина Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. –2019. –С. 546.

³ Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, –2019. – С. 124

⁴ Балабин Д. Н. Новые правила ст. 152 ГК РФ: от опровержения до пресечения распространения порочащей информации // Вестник магистратуры. – 2019. –№ 12 (39). – С. 17.

Еще одним способом защиты деловой репутации юридического лица является удаление информации в сети «Интернет». Он применяется в случаях, когда информация, содержащая порочащие деловую репутацию сведения, после ее распространения стала доступной в сети «Интернет» (пункт 5 статьи 152 ГК РФ).

В настоящее время данный способ защиты приобретает особую актуальность. Сейчас практически каждый использует такой способ получения информации, как ее поиск в сети «Интернет»¹. Информация, попадающая в сеть, распространяется моментально, что влечет за собой ряд опасностей. Одной из которых является угроза распространения ложных сведений, порочащих деловую репутацию определенного лица².

К условиям применения такого способа защиты деловой репутации, как удаление информации в сети «Интернет» можно отнести следующие:

- распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие деловую репутацию юридического лица;
- такие сведения оказались доступными в сети «Интернет». При этом возможно, как первоначальное распространение в сети, так и последующее. То есть сведения могли быть первоначально распространены любым способом (например, опубликованы в газете, журнале, транслированы по телевидению, радио), а уже после стали доступны в сети «Интернет»³.

Удаление информации в сети «Интернет» – это самостоятельный способ защиты деловой репутации юридического лица. Нельзя согласиться с точкой зрения о том, что данный способ защиты есть разновидность опровержения. Они имеют различную правовую природу. Опровержение направлено на восстановление положения, существовавшего до нарушения

¹Карасик Л. В. Указ. соч. – С. 126 – 127.

² Жданов А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. – 2021. – № 11. – С. 128 – 129.

³ Гаврилов Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой

права, а удаление информации в сети «Интернет» – на пресечение действий, нарушающих право, создающих угрозу его нарушения¹.

Сложностей в распространении любой информации в сети не возникает. При этом администраторы сайтов могут и не подозревать о том, что на их сайте распространена ложная порочащая конкретное лицо информация. Например, сайт, предназначенный для ведения форума. Там может вестись обсуждение определенного юридического лица, не исключено и распространение сведений умаляющих его деловую репутацию. С такими сведениями может ознакомиться любой пользователь².

Согласно Постановлению Конституционного Суда Российской Федерации от 9 июля 2013 г. № 18–П «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», если решением суда оспариваемые порочащие лицо сведения признаны не соответствующими действительности, а они были распространены на сайте в сети «Интернет», владелец сайта или уполномоченное им лицо, ответственное за размещение информации на данном сайте, обязаны такие сведения удалить по заявлению лица, в отношении которого они распространены. Конституционный Суд признал, что иное означало бы отказ в защите деловой репутации. Размещение опровержения, но при этом оставление сведений в сети, безусловно уменьшает результативность защиты деловой репутации. Возложение указанной обязанности является способом защиты права, а не мерой ответственности за виновное правонарушение. При отказе владельца сайта или уполномоченного им лица удалить соответствующую информацию, потерпевший имеет право обратиться в суд, который может возложить на

репутации // Законодательство и экономика. – 2020. – № 2. – С. 51 – 53.

¹ Там же. – С. 51 – 53.

² Войнов В. Особенности защиты деловой репутации юридического лица в сети «Интернет» // Статус. – 2020. – № 1 (9). – С. 14 – 15.

указанных лиц обязанность исполнить требование потерпевшего. При этом ответственность за такой отказ может быть возложена только после признания судом сведений порочащими и не соответствующими действительности. Потерпевший может не обращаться к владельцу сайта, а сразу подать иск в суд с требованием об удалении информации¹.

В пункте 16 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г. так же указано, что так как администратор сайта, на котором размещены оспариваемые сведения, не всегда может самостоятельно установить достоверность или ложность размещенных сведений, он не может нести ответственность за отказ на требование об их удалении до вынесения судебного решения о признании таких сведений порочащими, не соответствующими действительности.

Закрепление в законе такого способа защиты деловой репутации как удаление информации в сети «Интернет» согласуется с развитием технологий, позволяет наиболее полно защитить деловую репутацию лица с учетом того, что, как уже было указано выше, распространение сведений через сеть «Интернет» осуществляется быстро и имеет глобальный характер.

Также О.Ш. Аюпов положительно оценивает закрепление в ГК РФ данного способа защиты. А также замечает, что необходимо понимать, в каком объеме должны быть удалены сведения, то есть необходимо ли удалять распространенную информацию полностью (всю страницу сайта) или достаточно удалить её часть, в которой содержатся порочащие несоответствующие действительности сведения (то есть конкретные слова, словосочетания, предложения). Ответ зависит от того, каким образом такие сведения отражаются во всем тексте. Если порочащими признаны

¹ 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 [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда Рос. Федерации от 9 июля 2013 г. № 18 – П // Официальный интернет–портал

определенные слова, предложения, то они и подлежат удалению. Если вся распространённая информация взаимосвязана и из нее можно сделать единый вывод, который будет ложным, то удаляется соответствующая информация в необходимых пределах, не нарушая свободу слова¹.

Арбитражный суд Западно–Сибирского округа в одном из своих постановлений отметил, что у апелляционного суда не было оснований удовлетворять требование истца об удалении всего текста оспариваемой статьи с сайта в сети «Интернет», так как не соответствующими действительности и порочащими являются две фразы из всей оспариваемой статьи и судами не установлена техническая невозможность отдельного удаления таких фраз². А в одном из решений Арбитражный суд Саратовской области пришел к выводу, что признанные ложными и порочащими сведения являются составляющей частью единого текста, слова и фразы в нем взаимосвязаны, и из него можно сделать один единый вывод. В связи с этим размещенная статья в целом подлежит удалению³.

Возникает вопрос о соотношении рассмотренных в данном параграфе способов защиты, а именно удаление соответствующей информации (п. 4 ст. 152 ГК РФ) и удаление информации в сети «Интернет» (п. 5 ст. 152 ГК РФ).

На основании анализа статьи 152 ГК РФ можно сделать вывод: удаление информации в сети «Интернет» и удаление соответствующей информации имеют одну правовую природу, они направлены на пресечение действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения (абз. 3 ст. 12 ГК РФ).

Однако условия их применения отличаются. Удаления

правовой информации. Электрон. дан. [Б. м.], – 2005–2017.

¹ Аюпов О. Ш. Удаление информации из сети интернет в диффамационных спорах // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2020. – Ч. 60. – С. 3 – 4.

² Постановление Арбитражного суда Западно–Сибирского округа от 24 нояб. 2016 г. по делу № А75–10040/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017.

³ Решение Арбитражного суда Саратовской области от 17.11.2016 г. по делу № А57–3408/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017.

соответствующей информации применяется в случаях, когда порочащие юридическое лицо не соответствующие действительности сведения стали широко известны и их опровержение потеряло свою актуальность. А для применения удаления информации в сети «Интернет» распространенные сведения не обязательно должны получить широкую известность. Более того, чтобы использовать такой способ защиты деловой репутации, как удаление информации в сети «Интернет» такая информация обязательно должна оказаться после ее распространения доступной в сети, чего не требуется для удаления соответствующей информации¹.

¹ Гаврилов Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. –2019. –№ 2. –С. 53.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги представленного исследования можно сделать следующие выводы.

Бесспорно, деловая репутация юридического лица является одним из условий их успешной деятельности, от которой зависит его конкурентоспособность, устойчивость развития и достижение целей деятельности. Поэтому она требует надлежащей гарантированной защиты со стороны государства в случае умаления распространением не соответствующих действительности сведений.

В доктрине гражданского права на данный момент существуют дискуссии по основным положениям, относящимся к деловой репутации и ее защите. Не все из спорных вопросов урегулированы на законодательном уровне, в связи с этим противоречия возникают и в судебной практике. Данная работа была посвящена исследованию спорных вопросов.

В частности, проведен анализ правовой природы и определения понятия «деловая репутация», на основании которого сделан вывод, что деловая репутация является нематериальным благом и предложено следующее определение: деловая репутация – это сложившееся общественное мнение, в котором выражена оценка деловых качеств лица, то есть таких качеств, которые имеют отношение к какой-либо его социально-значимой деятельности. Уделено внимание вопросу о праве юридического лица на деловую репутацию, а также о его содержании и моменте возникновения. Сделан вывод, что право юридического лица на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право, которое возникает с момента создания юридического лица.

Защита деловой репутации юридического лица допускается в случаях и порядке установленных Гражданским Кодексом Российской Федерации и другими законами. В работе подробно изучены условия и порядок защиты деловой репутации, так как при защите деловой репутации необходимо решить важный вопрос о нахождении баланса между правом на деловую репутацию и такими правами, как свобода слова, гласность, право на поиск, получение и распространение информации.

ГК РФ наделяет обладателя деловой репутации достаточно широким выбором конкретного способа защиты или их совокупности. Раскрыты особенности каждого из них. Самым известным и распространенным признается опровержение порочащих сведений, а самым противоречивым – компенсация репутационного вреда. Несмотря на существующие дискуссии такой способ защиты, как компенсация репутационного вреда необходим юридическому лицу. Его закрепление в законодательстве прекратит существующие разногласия и урегулирует спорные вопросы.

Проблема защиты деловой репутации юридических лиц остается одной из центральных проблем в современном мире. Интерес к ней вызван постоянно развивающимися технологиями, возможностями быстрого и глобального распространения и поиска информации. Но так как существует право на деловую репутацию такие права и свободы, как свобода слова, гласность не будут безграничны. В таких условиях государство должно стремиться обеспечить надлежащую защиту каждому лицу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно – правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008, № 7-ФКЗ, от 05.02.2014, № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ, от 04.10.2022 №5- ФКЗ, от 04.10.2022 № 6 — ФКЗ, от 04.10.2022 № 7 — ФКЗ, от 04.10.2022 № 8 - ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 04.10.2020. - № 11. - Ст. 1416.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть первая: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – №32. – Ст. 3301.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть вторая: Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410.

4. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2002 № 95-ФЗ (ред. от 07.10.2022) // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 30. – Ст. 3012.

5. Федеральный закон от 28.11.2011 N 335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе» (ред. от 02.07.2021 г.) // Собр. Законодательства Рос Федерации. – 2011. – № 49 (ч.1). – Ст.7013.

6. Федеральный закон от 02.07.2013 N 142-ФЗ "О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" // Собр. Законодательства Рос. Федерации. – 2013. –

№ 27. – Ст. 3434.

7. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.12.2022) "О средствах массовой информации" // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.

8. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [Электронный ресурс] : приказ Министерства финансов Рос. Федерации от 27.12.2007 г. № 153н : (ред. от 16.05.2016 г.) // Консультант Плюс : справ. правовая система.

9. О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе [Электронный ресурс] : письмо Федеральной антимонопольной службы Рос. Федерации от 30 сент. 2011 г. № АК/37027 // Консультант Плюс : справ. правовая система.

10. Основы гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик утверждены Постановлением Верховного Совета СССР 31.05.1991г. № 2212 – 1 // Ведомости СНД и ВС СССР. – 1991. – № 26. – Ст. 734.

11. Постановление Европейского суда по правам человека по делу от 23 июля 2005 г. № 23472/03 Гринберг против Российской Федерации [Электронный ресурс] : // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2017. (дата обращения: 12.02.2017).

12. Постановление Конституционного Суда Рос. Федерации от 9 июля 2013 г. № 18 – П 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 [Электронный ресурс] : // Официальный интернет–портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 20.02.2017).

13. Определение Конституционного Суда Рос. Федерации 82 от 04 дек. 2003 г. № 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 [Электронный ресурс] : // Официальный интернет-портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 27.02.2017).

14. Определение Конституционного Суда Рос. Федерации от 01 марта 2010 г. № 323 – О – О Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича 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 [Электронный ресурс] : // Официальный интернет-портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 18.02.2017).

15. Постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» [Электронный ресурс]: // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2005. (дата обращения: 1.03.2017).

16. Постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 23 июля 2015 г. № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского Кодекса РФ» [Электронный ресурс] // 83 КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2015. (дата обращения: 11.12.2016).

17. Постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 (ред. от 09 февр. 2012) О практике применения судами Закона Рос. Федерации «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] : // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2012. (дата обращения: 12.02.2017).

18. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 09 дек. 2002 г. № 11 (ред. от 17 нояб. 2015) «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2015. (дата обращения: 1.12.2016).

19. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 04 апр. 2014 г. № 23 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2014. (дата обращения: 1.12.2016).

Научная и учебная литература

20. Анисимов, А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов – М. : НОРМА, 2019. – 224 с.

21. Алексеев, С. С. Общая теория права / С. С. Алексеев. – 2–е изд. – М.: Проспект, 2018. – 565 с.

22. Аюпов, О. Ш. Понятие «деловая репутация юридического лица»/ Аюпов О. Ш. // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2019. – № 45. – С. 100 – 101.

23. Аюпов, О. Ш. Удаление информации из сети интернет в диффамационных спорах/ Аюпов О. Ш. // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2021. – Ч. 60. – С. 3 – 4.

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

25. Брагинский, М. И. Договорное право. Книга первая: Общие положения. / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – 3–е изд., стер. – М.:

Статут, 2019. – 847 с.

26. Бычкова, А. В. Особенности гражданско–правовой защиты деловой репутации юридических лиц // Гуманитарные и юридические исследования. – 2019. – № 2. – С. 17 – 20.

27. Власова, А. С. Становление «личности» коммерческой корпоративной организации: теоретические и практические аспекты / А. С. Власова, Н. М. Удалова, К. С. Кочкурова // Право и экономика. – 2020. – № 9. – С. 43 – 52.

28. Герасимова, Ю. А. Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора// Административное право. – 2020. – № 1. – С. 61 – 66.

29. Гражданское право : учебник / А. В. Барков [и др.] ; под ред. В. П. Камышанского, Н. М. Коршунова, В. И. Иванова. – М. :Эксмо, 2021. – Ч. 1. – 703 с.

30. Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. – М. : РГ–Пресс, 2021. – Т. 1. – 1006 с.

31. Гражданское право : учебник в 3 т. / Н.Н. Агафонова [и др.] ; отв. ред. В. П. Мозолин. – М. : Проспект, 2021. – Т. 1. – 815 с.

32. Грасмик, Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц / Грамстик Л. // Административное право. – 2021. – № 1. – С. 11 – 14.

33. Даль, В. И. Толковый словарь русского языка : современная версия / В. И. Даль. –М.: Эскиммо, 2005. – 735 с.

34. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ИТИ Технологии, 2007. – 939 с.

35. Радько, Т. Н. Теория государства и права. Учебник для бакалавров / Т. Н. Радько. – М.: Проспект, 2019 – 495 с.

36. Российское гражданское право: учебник в 2 т. / В. С. Ем [и др.] ; отв. ред. Е. А. Суханов / М.: Статут, 2021. –Т. 1. – 956 с.

Публикации в научных журналах, сборниках и СМИ

37. Архиреев, Н. В. Развитие законодательства Российской Федерации о защите деловой репутации юридических лиц / Архиреев Н. В. // Юрист. – 2019. – № 15. – С. 10 – 17.

38. Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. – Томск, 2019. – 224 с.

39. Аюпов, О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического // Вестник Омского ун-та. Право. – 2021. – № 3. – С. 89 – 91.

40. Балабин, Д. Н. Новые правила ст. 152 ГК РФ: от опровержения до пресечения распространения порочащей информации / Балабин Д. Н. // Вестник магистратуры. – 2019. – № 12 (39). – С. 16 – 18.

41. Барсукова, В. Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий / Барсукова В.Н. // Ученые записки юридического факультета. – 2018. – № 37 (47) – С. 5 – 14.

42. Безроднова, К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан/ Безроднова К.В. // Вестник Южно–Уральского гос. ун-та. Право. – 2020. – № 1. – С. 10 – 13.

43. Войнов, В. Особенности защиты деловой репутации юридического лица в сети «Интернет» / Войнов В. // Статус. – 2020. – № 1 (9). – С. 13 – 15.

44. Гаврилов, Е. В. Гражданско–правовая диффамация как гражданско– правовое нарушение / Гаврилов Е.В. // Налоги. – 2020. – № 29–

С. 27 – 30.

45. Гаврилов, Е. В. К вопросу о возможности компенсации морального вреда юридическим лицам / Гаврилов Е.В. // Законодательство и экономика. – 2021. – № 3. – С. 41 – 47.

46. Гаврилов, Е. В. Конец репутационной компенсации? / Гаврилов Е.В. // ЭЖ–Юрист. – 2019. – № 9. – С. 2 – 6.

47. Гаврилов, Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Гаврилов Е.В. // Законодательство и экономика. – 2021. – № 9. – С. 46 – 51.

48. Гаврилов, Е. В. Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Гаврилов Е.В. // Законодательство и экономика. – 2021. – № 12 – С. 25 – 32.

49. Гаврилов, Е. В. Принесение извинений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Гаврилов Е.В. // Законодательство и экономика. – 2021. – № 7. – С. 16 – 21.

50. Гаврилов, Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Гаврилов Е.В. // Законодательство и экономика. – 2021. – № 2. – С. 49 – 53.

51. Гаврилюк, Е. Еще раз о компенсации / Гаврилюк Е. // ЭЖ–Юрист. – 2021. – № 24. – С. 6 – 7.

52. Гусалова, А. Р. Гражданско –правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. – Владикавказ, 2020. – 162 с.

53. Гусалова, А. Р. К вопросу о защите деловой репутации / Гусалова А. Р. // Общество и право. – 2021. – № 2 – С. 104 – 108.

54. Гусалова, А. Р. Право на защиту чести достоинства и деловой репутации в системе субъективных гражданских прав / Гусалова А. Р. // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2020. – № 21. – С. 213 — 216.

55. Гусалова, А. Р. Способы защиты нематериальных благ / Гусалова, А. Р. // Фундаментальные прикладные исследования проблемы и результаты. – 2021. – № 21. – С. 216 – 220.

56. Дьяченко, Е. М. Деловая репутация юридических лиц [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Е. М. Дьяченко. – Краснодар, 2019. – 218 с.

57. Ермакова, Г. Компенсация морального вреда юридическому лицу / Ермакова Г. // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». – 2021. – № 34. – С. 19 – 20.

58. Жарков, М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско – правовом порядке / Жарков М.А. // Советник юриста – 2021. – №7 – С. 53 – 77.

59. Жданов, А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа / Жданов А.В. // Российское правоведение : трибуна молодого ученого. – 2021. – Вып. 12. – С. 97 – 99.

60. Забегайло, Л. А. Современные гражданско–правовые способы защиты деловой репутации юридического лица / Забегайло Л.А. // Право и экономика. – 2021. – № 5 – С. 18 – 22.

61. Захаров, Н. Нематериальные блага и их защита / Захаров Н. // ЭЖ–Юрист. – 2021. – № 9. – С. 4 – 14.

62. Зимин, В. А. Способы возмещения вреда по российскому гражданскому законодательству / Зимин В.А. // Адвокат. – 2019. – № 5. – С. 17 – 24. 90

63. Игнатьева, Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты / Игнатьева Е.В. // Вестник Бурятского гос. ун-та. – 2021. – №2 – 2. – С. 302 – 305.

64. Исакова, М. А. Гудвилл – деловая репутация предприятия / Исакова М.А. // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2021. – № 4–1 – С. 114 – 116.

65. Каменева, З. В. Деловая репутация как объект гражданского права / Каменева З.В. // Адвокат. – 2020. – № 5. – С. 19 – 22.

66. Каменева, З. В. Содержание субъективного права человека на честь и достоинство / Каменева З.В. // Адвокат. – 2014. – № 4. – С. 21 – 24.

67. Карайчева, О. В. Повышение эффективности применения гражданско – правовых способов защиты деловой репутации / Карайчева О.В. // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. – 2021. – С. 495 – 501.

68. Карасик, Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. – 2019. – №5. – С. 124 – 130.

69. Кархалев, Д. Н. Защита неимущественных прав / Кархалев Д.Н. // Юрист. – 2019. – № 15. – С. 39 – 41.

70. Килинкаров, В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкаров. // – С.–Петербург., 2021. – 204 с.

71. Кожевников, В. В. Субъективное право и законный интерес: проблемы соотношения / В. В. Кожевников, А. Е. Кондратьев // Вестник Омского гос. ун-та. Право. – 2019. – № 4 (41). – С. 19 – 21.

72. Колесникова, М. М. Способы опровержения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. / М. М. Колесникова, А. В.

Потапов // Вестник Санкт–Петербургской юридической академии. – 2020. – № 1 (30). – С. 70 – 75.

73. Колосова, В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны / В. И. Колосова, Т. Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского ун–та им. Н. И. Лобачевского. – 2021. – № 3 – 1. – С. 258 – 266.

74. Кушнир, В. С. Деловая репутация юридического лица как объект гражданского права / Кушнир В.С. // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2019. – № 9. – С. 13 – 17.

75. Лебедев, В. М. Современная российская модель правосудия / Лебедев В.М. // Российское правосудие. Специальный выпуск к VIII Всероссийскому съезду судей. – М.: РАП, 2021. – С. 4 – 5.

76. Малько, А. В. Субъективное право и законный интерес / Малько А.В. // Правоведение. – 2018. – № 4. – С. 58 – 70.

77. Мехтиханова, Л. В. Проблемы компенсации репутационного вреда / Мехтиханова Л.В. // Юрист. – 2021. – № 17. – С. 41 – 46.

78. Михалевич, Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей / Михалевич Е.В. // Юридический мир. – 2021. – № 4 (196). – С. 54 – 57.

79. Мишина, Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. – 2019. – С. 545 – 552.

80. Морозов, Л. В. Право юридического лица на деловую репутацию / Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2020. – № 61. – С. 118–120.

81. Морозова, Л. А. Теория государства и права учебник. / Л. А. Морозова. – М.: НОРМА, 2019 – 463 с.

82. Парыгина, Н. Н. О критериях определения размера компенсации нематериального вреда юридическому лицу / Н. Н. Парыгина, Е. Л. Невзгодина // Вестник Омского ун-та. Право. – 2021. – № 3 (48). – С. 118–121.

83. Переверзев, А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2020. – № 10. – С. 74 – 76.

84. Петривнева, А. В. Гражданско–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации / Петривнева А.В. // Вестник Евразийской академии административных наук. – 2019. – № 1. – С. 94 – 101.

85. Поваров, Ю. С. Право на опубликование ответа в средстве массовой информации (в аспекте соотношения с правом на опровержение сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию) / Поваров Ю.С. // Цивилист. – 2020. – № 2. – С. 47 – 54.

86. Рожкова, М.А. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) / М. А. Рожкова: научно – практическое пособие [и др.] ; под ред. М. А. Рожковой. // – Статут. – 2019. – 159 с.

87. Сахапов, Ю. З. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав и особенности ее гражданско–правовой защиты [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Ю. З.Сахапов – Казань, 2018. – 193 с.

88. Свинцова, М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц / Свинцова М.В. // Судья. – 2021. – № 4. – С. 29 – 33.

89. Селина, А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения / Селина А.А. // Интеллектуальный потенциал XXI века. – 2019. – С. 112 – 115.

90. Селина, А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / Селина А.А. // Проблемы теории и практики современной науки. – 2019. – С. 156 – 161.

91. Ситдикова, Л. Б. Личные неимущественные права юридического лиц / Ситдикова Л.Б. // Юридический мир. – 2019. – № 7 – С. 27 – 31.

92. Собко Т. С. Право юридического лица на гражданско–правовую защиту деловой репутации / Собко Т.С. // Законность и правопорядок в современном обществе. – 2019. – № 3. – С. 107 – 109.

93. Соколова, О. В. В защиту деловой репутации / Соколова О.В. // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия» – 2019. – № 12. – С. 12 – 17.

94. Тимерханов, А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. А. Тимерханов. – М., 2021. – 176 с.

95. Тимешов, Р.П. Нематериальные блага в гражданском праве и их защита [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Р. П. Тимешов. – Краснодар, 2020. – 208 с.

96. Тюленев, И. В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / И. В. Тюленев. – М., 2020 – 200 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

97. Тяпухин, С. В. О защите деловой репутации / Тяпухин С.В. // Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. – 2019. – № 2. – С. 50 –

98. Ульянова, О. А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты / Ульянова О.А. // Молодой ученый. – 2019. – № 9. – С. 891 – 896.

99. Ульянова, О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц / Ульянова О.А. // Международный научно – исследовательский журнал. – 2019. – № 10 – 1 (41) – С. 102 – 106.

100. Фроловский, Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица / Фроловский Н.Г. // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2019. – № 4. – С. 48 – 52. 95

101. Хван, О. В. Нарушение права на деловую репутацию / Хван О.В. // Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство, право и управление. – 2019. – № 6 (25). – С. 96 – 100.

102. Цибенко, А. Ю. Деловая репутация юридического лица и способы ее защиты / Цибенко А.Ю. // Налоги. – 2021. – № 24. – С. 22 – 31.

103. Чикишева, Н. А. Честь, достоинство и деловая репутация: правовая защита / Чикишева Н.А. // Власть и управление на Востоке России. – 2019. – № 1. – С. 127 – 133.

104. Шишенина, А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан / Шишенина А.В. // Адвокат. – 2020. – № 7. – С. 104 – 108.

105. Эрделевский, А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский– 3–е изд., испр. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2021. – 320 с.

106. Эрделевский, А. М. Об изменениях в способах защиты личных неимущественных благ / Эрделевский А.М. // Хозяйство и право. – 2019. – № 11. – С. 24 – 31.

0

7

.

Ю

д

и

н

а

,

Л

.

Н

.

И

с

т

о

р

и

ч

е

с

к

и

е

п

р