

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Южно–Уральский государственный университет  
(Национальный исследовательский университет)»  
Институт открытого и дистанционного образования  
Кафедра «Современные образовательные технологии»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент

Начальник ОПДН ОП Центральный  
УМВД России по г. Челябинску

\_\_\_\_\_ В.И. Панфилов  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ А.В. Прохоров  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Защита деловой репутации юридического лица

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ – 40.04.01.2019.11303. ВКР

Руководитель работы  
доцент кафедры СОТ

\_\_\_\_\_ Ю.В. Шумова  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Автор работы

студент группы ДО–394

\_\_\_\_\_ И.В. Санин  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Нормоконтролер

ст. преподаватель кафедры СОТ

\_\_\_\_\_ Е.Н. Бородина  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## АННОТАЦИЯ

Санин И.В. Защита деловой репутации юридического лица. – Челябинск; 2019 ЮУрГУ, ДО–394, 61 с., библиограф. список – 56 наим., 11 л. плакатов ф.А4

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа современного законодательства, касающегося защиты деловой репутации юридического лица и предложения мер по возможному устранению существующих пробелов.

В работе проанализированы законодательные акты, судебные решения, постановления пленумов ВС РФ. Разработано термин самой деловой репутации, обозначены ее существенные признаки, проанализированы и предложены новые способы, помогающие юридическим лицам, более успешно осуществлять защиту своей деловой репутации.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	6
1. Общая характеристика деловой репутации юридических лиц .....	10
1.1. Понятие гражданско–правовой защиты деловой репутации юридического лица, проблемы правового регулирования .....	10
1.2. Деловая репутация юридического лица, как объект защиты предприятий.....	18
2. Способы защиты деловой репутации юридического лица и их процессуальные особенности .....	23
2.1. Порядок защиты деловой репутации юридического лица .....	23
2.2. Процессуальные особенности защиты деловой репутации .....	34
3. Проблемные аспекты защиты деловой репутации по действующему гражданскому законодательству РФ.....	42
3.1 Основные проблемы защиты деловой репутации юридического лица .....	42
3.2 Компенсация вреда, причиненного деловой репутации юридического лица .....	47
Заключение .....	55
Библиографический список .....	58

## ВВЕДЕНИЕ

В 90–е годы, началось стремительно развитие рыночных отношений на территории бывшего СССР, Российской Федерации, менялась экономическая модель и соответственно менялась законодательная база. Основные законодательные акты, касаемые регулированию отношений в обществе, экономике и повседневной жизни, прав и обязанностей как физических, так и юридических лиц, государственных и муниципальных органов были приняты именно в это время, в последствии они подвергались изменениям и дополнениям, для того, чтоб оптимальнее соответствовать требованиям, предъявляемым временем. В их число входит и первая часть Гражданского Кодекса Российской Федерации, которая была принята в 1994 год. Если вести разговор в рамках заявленной темы, то непосредственно защиты деловой репутации юридического лица, там касается только ст.152 ГК РФ, а именно п.11, данная статья была подвергнута доработке в 2013 году.

Согласно положению нормы ст. 150 ГК РФ, деловая репутация юридического лица, отнесена к нематериальным благам, что в свою очередь является предметом спора, поскольку деловая репутация, как будет рассмотрено в данной работе, несет в себе совокупные признаки, как нематериальных благ, так и материальных. Несмотря на достаточную правовую регламентацию рассматриваемого вопроса, предусмотренную прежде всего ст. 152 ГК РФ, законодатель не дает определения понятия «деловая репутация юридического лица». Отсутствие законодательно утвержденного определения способствует широкому толкованию данного определения как сторонами гражданских правоотношений, так и участниками последующих судебных процессов, зачастую не в должной мере защищающих права истца в данном вопросе, что в свою очередь приводит к утрате доверия к способности государства обеспечивать защиту права как физического, так и юридического лица.

Широчайшее толкование и неопределенность самого понятия деловой репутации, в свою очередь не позволяет в должной мере описать и оценить вред, причиняемый юридическому лицу, в результате попорнения его деловой репутации. Поскольку сам термин не определён, то и соответственно отсутствует полный перечень действий, причиняющих вред деловой репутации. Как показывает анализ судебной практики, дела связанные с защитой деловой репутации не являются редкостью и таким образом разработка вышеуказанных определений, алгоритм действий при выявленном нарушении права, саму суть нарушенного права, представляет собой существенный вопрос. Существующий же в настоящее время в российском законодательстве, способ защиты деловой репутации юридического лица, к сожалению не соответствует в полной мере современным реалиям, поскольку база его составлялась в прошлом веке, когда отсутствовали такие явления как массовый сегмент Интернета, смартфоны, позволяющие постоянное присутствие в информационном пространстве и многое другое.

Действующая система права, позволяет реализовывать право на защиту деловой репутации юридического лица, исключительно в рамках гражданского судопроизводства. Таким образом у юридического лица, в отличие от лица физического, которого в данном случае поддерживает уголовное и административное законодательство, меньше способов защититься от посягательства на репутацию. Основным способ защиты юридическим лицом, своей деловой репутации будут являться гражданские иски направленные на опровержение порочащей информации и иски материальные, связанные с компенсацией финансовых потерь, но к сожалению только в том случае, когда данные потери удастся доказать при помощи финансовой отчетности.

Свою деловую репутацию юридическое лицо может защитить, обратившись в суд общей юрисдикции, арбитражный суд или третейский суд в случаях, установленных законом, международными договорами или соглашением сторон. Степень научной разработанности:

Проблемами темы: «Защита деловой репутации юридического лица», в российской юридической науке занимались такие ученые как: Аухатов А.Я., Белов О.А., Быков П.О., Гаврилов Е.В, Сергеев А.Н., Забегайло Л.А., Малеева М.Н., Олифиренко С.П., Резник Г.М., Скловский К.И., Тихомирова И.П., Сергеев А.П., Федоров П.Г., Цыбулевская О.И. и другие ученые.

Объектом исследования выступают общественные отношения, возникающие в сфере защиты деловой репутации юридического лица.

Предметом выпускной квалификационной работы выступает гражданско–правовое законодательство, регулирующее порядок гражданско–правовой защиты деловой репутации юридического лица, а так же результаты судебной практики по делам о защите деловой репутации юридических лиц.

Цель исследования заключается в теоретико–правовом анализе гражданско–правовой защиты деловой репутации юридического лица, рассмотрения проблем, выявленных в процессе исследования механизма защиты деловой репутации юридических лиц и разработка возможных способов их решения.

Исходя из цели работы определены следующие задачи:

- разработать понятие деловой репутации юридического лица;
- определить проблемные места в действующем законодательстве,
- выделить способы защиты деловой репутации юридического лица;
- охарактеризовать проблемы определения объекта судебной защиты в спорах о защите деловой репутации юридического лица;
- рассмотреть способы компенсации вреда, причиненного деловой репутации юридического лица.
- разработать рекомендации по внесению необходимых изменений в законодательные акты, касаемые рассматриваемого вопроса, с целью усиления эффективности способов защиты деловой репутации.

Методологическую основу исследования составляет диалектический метод. В работе используются всеобщие принципы научного познания (объективность, всесторонность, историзм, единство теории и практики).

В процессе исследования применялись общенаучные (анализ и синтез, логический, индукция и дедукция, моделирования, системно–структурный, функциональный, сравнительный), специальные (статистический, конкретно–социологический, психологический), частнонаучные (сравнительного правоведения, формально–юридический, толкования норм права).

Теоретическую основу составили опубликованные научные труды отечественных специалистов по теории государства и права, гражданскому, трудовому праву, иным отраслевым юридическим наукам, данные, опубликованные в научной литературе и периодической печати.

Нормативную базу исследования составили: Конституция РФ, федеральное законодательство, указы Президента России, постановления Правительства РФ.

Эмпирическую основу работу составили судебные решения.

Теоретическая значимость работы определяется ее актуальностью, новизной, научно обоснованными и аргументированными выводами и предложениями. Полученные в ходе исследования результаты и теоретические выводы на их основе дополняют потенциал цивилистической науки, оказав тем самым влияние на совершенствование норм права и законодательства, обеспечивающих правовую защиту деловой репутации юридического лица.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности фактического применения на практике в качестве понятийного аппарата, так и качестве теоретической основы при решении более сложных вопросов, связанных с проблемой судебного разрешения споров о защите деловой репутации.

Результаты, полученные в ходе исследования, позволяют более точно определить и понять правовую природу и сущность деловой репутации юридического лица, выделить ее отличия и своеобразие. Формируется условия способные помочь при дальнейшей теоретической разработке данной темы, создавая положения последующего научного поиска. Практическое же значение заключается и в том, что предложенные в ходе исследования рекомендации о внесении изменений в некоторые нормативные положения, а также сделанные выводы, могут быть использованы арбитражными судами при вынесении решений по делам данной категории.

Научная новизна исследования выражается в разработке определения деловой репутации юридического лица, с последующим предложением о внесении данного определения в положения ст.152 ГК РФ, выделив его во вторую часть, которую предлагается полностью отнести именно к защите деловой репутации юридического лица. Наличие термина деловой репутации именно юридического лица в положениях ГК РФ, позволит более объективно определять нарушения, связанные с умалением деловой репутации и соответственно предоставит юридическим лицам более совершенные способы защиты своей репутации. Также предлагаются меры по устранению существующих недостатков в вопросах, связанных с защитой репутации юридических лиц. Также предлагается разработка и введения определения термина репутационного вреда в положение ст. 151 ГК РФ, тем самым

законодательно закрепив перечень действий, связанных с нарушениями положений вышеуказанной ст. 152 ГК РФ, касаясь деловой репутации юридического лица.

Работа состоит из введения, трех глав, объединяющих шесть параграфов, заключения, списка использованных источников.

# 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

## 1.1 Понятие гражданско–правовой защиты деловой репутации юридического лица, проблемы правового регулирования

Российское законодательство, действующее в настоящее время, не дает точного определения деловой репутации. В юридической же науке также не сложилось единого мнения о понятии деловой репутации, что дало почву для продолжающейся дискуссии. В юридической литературе, посвященной деловой репутации, она определена в общем виде, как «общественная оценка, приобретаемая в процессе профессиональной или предпринимательской деятельности, общераспространенное мнение о деловых качествах, достоинствах как физического, так и юридического лица». [1, с. 15]

Существует точка зрения, согласно которой некоторые авторы, охарактеризовывают деловую репутацию следующим образом: «набор качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей, коллег по работе, поклонников (для шоу–бизнеса), избирателей (для выборных должностей) и персонифицируется среди других профессионалов в этой области деятельности» [2, с. 136]. Пожалуй одним из самых емких и точных следует признать определение, данное Потапенко С.В.: «репутация – это сложившееся мнение о лице, основанное на оценке общественно значимых его качеств, а деловая репутация–оценкой профессиональных качеств» [3, с. 37].

Само понятие деловой репутации, появилось в правовом поле РФ в постсоветское время, отражая вновь сложившиеся социальные и социопсихологические реалии, впервые в 1991 году термин «деловая репутация» был указан в Основах гражданского законодательства СССР.

В юридической литературе деловая репутация связывается чаще всего с предпринимательской деятельностью и определяется как: «относящаяся к общественно значимой деятельности лица его оценка обществом, мнение общества о качествах, достоинствах и недостатках этого лица» [4, с. 116], «сопровождающееся положительной оценкой общества отражение деловых качеств лица в общественном сознании, формируемая главным образом благодаря его публичной деятельности» [5, с. 945]; «положительная оценка деловых качеств лица, занятого в сфере предпринимательства, отраженных в общественном сознании» [6, с.35].

<sup>1</sup> Власов, А.А. Проблемы судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации/А.А. Власов// М.: Сигма, –2000. –С.15–23.

<sup>2</sup> Маленина, М.Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита./ М.Н. Маленина// М.: Проспект, 2000. С.136–137

<sup>3</sup> Потапенко, С. В. Правовая позиция Верховного Суда РФ по диффамационным спорам / С.В. Потапенко// «Судья».– 2005.–№ 4, –С.37

<sup>4</sup> Эрделевский, А.М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики./ А.М. Эрделевский // М.:Юристь. –2004., – С. 116

<sup>5</sup> Пешкова, О.А. Защита деловой репутации и других нематериальных благ юридических лиц / О.А. Пешкова// Научные труды. Российская академия юридических наук. Вып. 4. Т. 1. М., –2004. –С. 945

<sup>6</sup> Симонова, А.К. Понятие чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами / под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского// М.:Сигма, –2004. – С. 35.



После анализа различных научных подходов и существующие нормативных положений, можно вывести следующее определение деловой репутации:

– Общественно значимая оценка суммированных показателей ведения как коммерческой, так и иной основной деятельности коммерческих и некоммерческих юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей, оказывающая непосредственно влияние на способность участие вышеуказанных лиц в общественных отношениях в полном объеме, а также на их имущественное и социальное положение в системе гражданско–правовых отношений.

В данном случае следует указать, что деловая репутация показана одной из важнейших компонент характеристики юридического лица, т.к. имеет непосредственное отношение к материальной составляющей юридического лица.

Согласно приведенному определению, деловая репутация относится не только к юридическим лицам, независимо от того являются ли они по своему основному виду деятельности коммерческими либо некоммерческими, но и к индивидуальным предпринимателям, при этом возникает не только при ведении экономической деятельности вышеуказанными лицами, но при осуществление основной деятельности в целом. В действующем Гражданском Кодексе, деловая репутация, как объект защиты права, упоминается дважды, в п.1 ст. 150 ГК РФ и в п.11 ст. 152 ГК РФ, согласно положениям данных статей она относится к нематериальным благам и по большей части относится к нематериальным благам физического лица, нежели юридического.

Данная позиция является крайне спорной по следующим причинам:

– согласно мнению Малеина М.Н., главным отличием нематериального блага является следующее: «нематериальное содержание, проявляющееся в том, что они, по общему правилу лишены экономических свойств, не могут быть подвержены точной денежной оценке, пользование ими происходит на безвозмездной основе и не сопровождается эквивалентными имущественными обязанностями других лиц» [7, с. 35].

– цивилистическая же наука дала точные определения признаков деловой репутации, согласно которым она выделяется из общей системы объектов гражданского права. По способу возникновения, деловая репутация в равной степени относится как к физическому лицу, так и к юридическому, формируясь и складываясь, как результат сознательной деятельности

Деловая репутация относится к активам организаций, а именно к нематериальным, являя собой достаточно значительную составляющую имущественного реального актива и таким образом не в полной мере соответствует вышеуказанному признаку нематериального блага.

Если брать за основу международный стандарт финансовой отчетности (далее – МСФО) № 38 «Нематериальные активы»: актив относится к нематериальным, если это идентифицируемый неденежный актив, не имеющий

---

<sup>7</sup> Малеина М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя / Малеина М.Н.// Законодательство и экономика. 2003. – №24 – С.35

физической формы, служащий для производства товаров или оказания услуг, сдачи в аренду другим организациям». Учитывается деловая репутация именно как внеоборотный актив и таким образом ведется по общему учету. Являя собой нематериальный актив, деловая репутация соответствует основным его признакам:

- отсутствует материальный эквивалент, то есть любая натуральная форма
- не может быть признана физическим объектом
- обладает финансовой стоимостью, заложенной в активы юридического лица.
- подлежит возможной передаче иным лицам, при выполнении соответствующих законных требований.

В Российской Федерации учёт нематериальных активов регламентируется Положением по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов», утверждённым Приказом Министерства финансов РФ от 27.12.2007 г. (ПБУ 14/2007). Согласно п. 4 данного нормативного акта «в составе нематериальных активов организации учитывается также деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части)» [8 с.2]. К сожалению, точного определение деловой репутации, данное положение также не дает, но тем не менее в VIII разделе подробно разъясняет порядок ее определения, показывает отличие ее от других активов в виде метода оценки, способа приобретения, начисления и амортизации. ПБУ 14/2007 предлагает следующий порядок определения деловой репутации, согласно п. 42 ее стоимость определяется путем определения разницы между покупной ценой на предприятие и суммой всех его имеющихся активов, а также обязательств, состоящих на балансе предприятия.

Учету подлежит только положительная деловая репутация, которая выглядит как добавочная стоимость на предлагаемый продукт, уплачиваемую покупателем в ожидании будущих экономических выгод в связи с приобретенными неидентифицируемыми активами, и учитывать в качестве отдельного инвентарного объекта.

При наличии деловой репутации с положительным значением, приобретатель готов оплачивать при покупке неидентифицируемых активов, своеобразную надбавку, связанную с ожиданием будущих экономических выгод, которые заложены в наличие так называемого «добраго имени» присущего организации. Как таковое, оно формируется за счет представления о ней, как субъекте рыночно-экономической деятельности во вполне определённых экономических условиях и является ее рыночной стоимостью.

С точки зрения применительности данного положения, положительность деловой репутации, вполне можно обозначить как некую: «сумму преимуществ перед конкурентами, позволяющих создавать дополнительно к имеющейся стоимости, добавочную, на основе того, что стимулируется положительная, благоприятная реакция у потребителя из соответствующих целевых аудиторий» [9 с.134]. Как правило, в цену товара зачастую, закладывают расходы на

<sup>8</sup> Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов», утверждённым Приказом Министерства финансов РФ от 27.12.2007 г. (ПБУ 14/2007)//Российская газета. –2008. –2 февраля.

<sup>9</sup> Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал./ Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. //М.:Скопа, –2011. – С. 134

продвижение положительной репутации в условиях продвижения как самого товара, так и юридического лица на рынке сбыта. Практика показала высокую рентабельность данных инвестиций:

– платежеспособность потребителей позволяет организациям оплачивать «цену репутации» товара в обмен на получение у дальнейшего пользователя выраженного ощущения принадлежности к определённой статусной группе, либо социальному слою, являющему собой знаковую успешности.

Отрицательная же в данном аспекте, будет рассматриваться как: «скидка на цену, в виду того, что рыночная стоимость организации объективно уменьшается за счет отрицательной репутации и уменьшения конкурентной способности, т.к. по разнообразнейшим причинам, она на момент продажи не имеет прибыли» [10, с. 49].

У деловой репутации отсутствует еще один признак, который является неотъемлемым отличием нематериального блага, а именно неотделимость от носителя, т.к. деловая репутация, как было указано выше не только подлежит учету, но и передается приобретателю в определенных для этого случаях, связанных с сменой формы собственности, либо собственника. Нематериальные же блага, в данном случае не могут быть переданы кому-либо, являясь неотъемлемой составляющей их носителя. Зачастую именно деловая репутация, в определенных случаях, предназначается к участию в гражданском обороте, что подтверждается при анализе положений гражданского законодательства, регулирующих данный аспект.

Если рассматривать п. 2 ст. 1027 ГК РФ (договор коммерческой концессии), позволяющий использовать комплекс исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме, с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности, то он опять же подтверждает возможность отчуждения деловой репутации и последующее ее использование иным лицом, поскольку деловая репутация используется в данном случае как самостоятельный нематериальный актив, имеющий финансовый эквивалент.

При изучении положений, регулирующих отношения простого товарищества, предусмотренных п. 1 и 2 ст. 1042 ГК РФ, можно установить, что деловая репутация является одним из вкладов в товарищество, более того, являясь способом вложения в общую долю товарищества, подлежит оцениванию и включения в нематериальные активы на основании ПБУ, вносится же оно на тех же условиях, как и иные нематериальные блага-ресурсы, как то профессиональные умения, связи и т.д, т.е. путем соглашения между членами товарищества.

После рассмотрения вышеуказанных нормативных положений, можно прийти к выводу, что действующее законодательство не вполне объективно относит деловую репутацию к нематериальным благам, т.к. у последней в основных характеристиках отсутствуют главнейшие признаки нематериального

---

<sup>10</sup> Аухатов А.Я. Российское законодательство в области гражданско-правового регулирования юридических лиц / Аухатов А.Я. // Журнал российского права. – 2013. – № 7. – С. 49

блага, а именно неотчуждаемость и непередаваемость третьим лицам, неимущественное содержание. Подобная коллизия возникла в связи с тем, что имеющая место быть правовая природа деловой репутации, одинаково относится к понятиям как юридическим, так и экономическим, в равной же степени присутствуя в базисах экономических и юридических. Под экономическим же понятием, деловая репутация понимается прежде всего как: «сторонняя оценка организации со стороны контрагентов, потребителей, а также смежников. Данная оценка обязательно учитывается в условиях осуществления хозяйственной деятельности» [11, с. 6].

Экономическая теория нашего времени указывает на то, что существенно преобладает мнение о том, что развитие, успешность, рост организации в большей степени зависит не от финансовых активов, а от общего объема знаний, навыков и умений. Ранее имелась прямая зависимость нематериальных активов от материальных, именно они составляли стоимость организации, а нематериальные активы находились в подчиненном положении, в настоящее же время, материальные активы, продолжая играть существенную роль в деятельности юридического лица, все же начинают уступать нематериальным активам. Если выводить причинно–следственную связь, то подобное смещение приоритетов связано с развитием общества, в виду того, что большей ценностью стало не способность производить материальный продукт, а прежде всего умение найти идею и начать производить новый продукт, ввести его на рынок, обеспечить наличие у него надлежащего продвижения и как следствие создание легко узнаваемого бренда, способного в последствии собирать плату «за надпись», за это в немалой степени отвечает деловая репутация, которая по мимо привлекаемости для возможных партнёров, служит также и ориентиром для потребителя. Нематериальные активы организаций крайне важны для стабильного и поступательного развития экономики, ее возможности быть конкурентоспособной. От того, какие именно элементы нематериальных активов становятся значимыми, от того является ли управление ими рациональным, зависит не только эффективность ведения предпринимательско–хозяйственной деятельности юридическим лицом и индивидуальным предпринимателем, но также и проводимая экономическая политика.

Как уже указано ранее, деловая репутация является одной из важнейших характеристик для любых юридических лиц, действующих в гражданско–правовом поле и сфере экономических отношений. Важность деловой репутации подчеркивает наличие специализированного термина–гудвилл, который по мимо обозначения самой деловой репутации, также несет в себе ее признак:

– Гудвилл (деловая репутация): экономический термин, используемый в бухгалтерии, торговых операциях для отражения рыночной стоимости компании за вычетом балансовой стоимости собственного капитала. Гудвилл–это бренд фирмы, наработанные деловые связи, торговая марка, репутация фирмы в мире. Как уже было сказано, любая организация, в особенности та, главным видом деятельности которой является получение прибыли, в своей деятельности

---

<sup>11</sup> Райзберг Б.А. Современный экономический словарь./ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.//М.:Наука, –2010. – С. 6

должна руководствоваться стабильностью и положительным значением своей деловой репутации, будучи положительной, последняя обеспечивает следующие преимущества:

«— привлекает заинтересованные стороны персонал, клиентов, поставщиков и инвесторов;

- помогает сохранить персонал, клиентов, поставщиков и инвесторов;
- делает все заинтересованные стороны более снисходительными;
- позволяет поддерживать более высокую маржу;
- поощряет служащих к большему усердию в работе;
- поддерживает стоимость акций;
- расширяет стратегические возможности;
- помогает влиять на правительство и средства массовой информации» [12, с.7]

Большинство существующих организации, находящихся в системе гражданско–правовых и экономических отношений признали значимость деловой репутации, как нематериального актива имеющего важнейшее значение для ведения своей деятельности с положительным результатом. Следует понимать, что он учитывается не только по своему отрицательному или положительному значению, но и в обязательном порядке в него закладывается показатель репутационного риска. Данный риск обычно связан: « недооценкой деловой репутации со стороны управляющих органов организации, либо с ошибками в построении коммуникаций» [13, с. 17]

Благодаря существованию репутационного риска, в системе управления юридических лиц, появился дополнительный сегмент управления–репутационный менеджмент, как составная системы управления. Его назначение прежде всего сводить к минимуму имеющиеся репутационные риски призван минимизировать репутационные риски, достигается это путем изучения вопроса их формирования, выяснения причин и условий, при которых они образуются. Представляет же собой репутационный менеджмент систему мероприятий, направленную на формирование и поддержание стабильно положительной репутации юридического лица, используя соответствующую внешнюю и внутреннюю политику управления, направленную обычно на объективное изучение текущей состояния репутации и разработку перспектив. С деятельностью любого юридического лица, крепко связано понятие нематериальных активов организации.

Согласно существующей позиции в праве, деловая репутация по своим основным показателям отнесена к категории нематериальных активов. Таким образом можно рассмотреть ее соотношение с иными нематериальными активами, таким как –«нематериальные активы», «интеллектуальный капитал» и «интеллектуальная собственность». Будучи явлениями одной природы, сказать, что они являются равнозначными нельзя. Так: «интеллектуальный капитал

---

<sup>12</sup> Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / Заман А//Пер. с англ. Ю. Кострубова. М.:Просвещение, –2012 – С. 7

<sup>13</sup> Нуждин Т.А.О совершенствовании гражданского законодательства о юридических лицах/ Нуждин Т.А. // Право и экономика. - 2012. - № 6. – С. 17

является наиболее широкой характеристикой и инкорпорирует нематериальные активы организации, в том числе интеллектуальную собственность» [14,с.111 ], но при этом не все элементы его являются нематериальными активами, как например рыночная доля, списки постоянных клиентов и их лояльность.

Деловая же репутация не относится к интеллектуальной собственности, поскольку в отличие от того же самого патента, лицензии, не связана с непосредственным результатом интеллектуального высоко–квалифицированного усилия, а связана непосредственно со всей деятельностью организации, в ее взаимоотношениях в потребителем, контрагентами и партнерами. Исходя из мнения известных специалистов, следует обозначить такие составляющие как: «рыночные активы, интеллектуальную собственность как актив, человеческие активы, инфраструктурные активы» [15, с.19 ].

Согласно приведенной квалификации, можно разделить нематериальные активы организации на те, что имеют именно рыночную ориентацию, как раз к ним и будет относиться деловая репутация и активы, имеющие в своей основе интеллектуальный высококвалифицированный труд, к ним относится интеллектуальная собственность.

Если рассмотреть деловую репутацию, как рыночный актив, то можно увидеть, что она является тем потенциалом, который влияет на успешность рыночных операций, обеспечиваясь при этом нематериальными активами организации. Имея положительную деловую репутацию, юридическое лицо обладает рядом преимуществ, поскольку работая на осведомленность потребителя об организации и выпускаемом ею продукте, сообщает о наличие отличных от иных организаций свойств, привлекает узнаваемостью, статустностью и надежностью и тем самым позволяет конкурировать среди схожих по профилю поставщиков услуг. Именно в этом заключается своеобразие правовой природы деловой репутации, позволяя соотносить ее не только с правовыми понятиями, но и с экономическими, следует также учитывать и то, что имея не материальную природу и в чем то соответствуя основным признакам интеллектуального капитала, объектом интеллектуальной собственности все таки не является.

Законодательство выделяет как самостоятельный объект экономического оборота объекты интеллектуальной собственности, для регулирования правовых отношений, связанных с данными объектами существуют самостоятельные нормативные положения, деловая же репутация данными положениями не регулируется, имея свои правовые нормы.

Будучи по природе своей нематериальным благом, деловая репутация достаточно полно на первый взгляд соответствует, т.к. какого–либо материального воплощения, доступного к осязанию через физические рецепторы, она не имеет. При этом в полной же мере она не может быть соотнесена с нематериальными благами, т.к. не обладает в полной мере их системообразующими характеристиками, поскольку номинально соответствуя

---

<sup>14</sup> Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. /Брукинг Э.//СПб.:Нева, –2011. – С. 111

<sup>15</sup> Нуждин Т.А.О совершенствовании гражданского законодательства о юридических лицах/ Нуждин Т.А. // Право и экономика. - 2012. - № 6. – С. 19

признакам нематериального блага, все таки учитывается и подлежит оценке, имея финансовый эквивалент. Дуальность деловой репутации, ее одновременное присутствие в правовом поле и экономическом, во многом определил ее как одну из основополагающих экономических ценностей, способную влиять на развитие экономических отношений.

Исходя из ее особенностей, можно определенно сказать, что своего места в системе гражданского права, она как объект не получила и таким образом, будучи фактором, учитываемым в повседневной деятельности, тем не менее нуждается в дополнительных исследованиях, с целью окончательного решения вопроса об установлении ее надлежащего места в цивилистике. Подводя итог всего вышесказанного можно отметить, что сама проблематика деловой репутации кроется в дуальности подхода к ней, как правового и экономического понятия. С одной стороны она имеет свои финансовые, вполне материальные эквиваленты, а с другой стороны, все же является весьма виртуальным явлением, существующим в вполне конкретных условиях.

На основе представленного материала можно сделать следующие выводы:

1) для начала необходимо дать определение деловой репутации, которая в последствии должна получить закрепление в нормах гражданского права, а именно: деловая репутация юридического лица: общественно значимая оценка суммированных показателей ведения как коммерческой, так и иной основной деятельности коммерческих и некоммерческих юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей, оказывающая непосредственно влияние на способность участие вышеуказанных лиц в общественных отношениях в полном объеме, а также на их имущественное и социальное положение в системе гражданско–правовых отношений.

2) ст. 46 Закона РФ « О СМИ» не предусматривает варианта распространения информации, при котором требуется опровержение, либо публикация ответа и таким образом позволяет более развернуто понимать публикации, содержащие порочащие сведения. Ст. 152 ГК РФ, для обеспечения ей более вариативного варианта защиты права можно дополнить самостоятельным абзацем, следующего содержания: юридическое лицо вправе требовать публикацию ответа не только в случае ущемления его права и законных интересов, но и в случае, если они не соответствуют действительности.

3) юридическое лицо, согласно своей природе не может испытывать какого–либо моральных и нравственных страданий, не относясь к объектам живой природы, а являясь конечным продуктом высшей нервной деятельности, но при этом способным испытывать ущерб от вреда в следствии распространения порочащей информации, ибо иных действий, снижающих степень доверия со стороны как лиц(физических и юридических) находящихся в прямых отношениях, так и общества в целом. В связи с этим, в ст. 151 ГК РФ, необходимо ввести определение репутационного вреда, под которым будет пониматься буквально следующее: спонтанные либо умышленные действия, в результате которых получила распространения информации, имеющая отрицательное значение для деловой репутации репутации юридического лица, в

силу своей недостоверности, умышленного искажения, либо ложности, а также использования узнаваемой символики или иных атрибутов юридического лица при распространение какого-либо продукта, заведомого худшего качества, чем предлагаемого юридическим лицом. Таким образом из ст. 152 ГК РФ, в пункте 1 убираться фраза «...за исключением положений о компенсации морального вреда»;

4) п.1 ст. 152 ГК РФ дополнить фразой «...по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, либо признания противоправными и соответственно прекращения действий, в результате которых возникли репутационные риски...», в данном случае более развернутого определения не требуется, поскольку под данными действиями будет пониматься либо изготовления и реализация продукта либо товара с признаками контрафакта, либо действия с атрибутикой юридического лица, в результате которого у потребителя и иных лиц, создаётся искаженное отрицательное восприятие, оба приведенных примера подразумевают под собой прямой умысел, направленный на достижение собственных целей.

5) предлагается ст. 15 Гражданского кодекса РФ дополнить пунктом 3 следующего содержания: «Компенсация морального и репутационного вреда по каждому конкретному правонарушению, в зависимости от его общественной опасности и ценности нарушенного нематериального блага». Это позволит детально разбирать суть совершенных действий, определяя имело ли место умаление деловой репутации, а по установлению данного факта определить его существенность для репутации, путем анализа предоставленных доказательств сторонами. Предлагаемы пути решения существующей проблемы деловой репутации юридических лиц, направлены прежде всего на снижение субъективизма со стороны судейского аппарата при рассмотрении дел данной категории, введение единообразности при рассмотрении указанных дел, а также на повышение степени правовой защищенности юридического лица от репутационных рисков.

## 1.2. Деловая репутация юридического лица, как объект защиты предприятий

Согласно современной системе законодательства, за юридическим лицом сохраняется право совершения действий, направленных на создание, развитие и защиту деловой репутации. Юридическое лицо вправе разрешать использовать свою деловую репутацию иным лицам. Защищать же свою деловую репутацию от действия третьих лиц, юридическое лицо в праве независимо от того, были ли эти действия умышленными или неумышленными. Деловую репутацию принято считать нематериальным благом в виду отсутствия у нее физических свойств, несмотря на то, что она обладает финансовым эквивалентом, имеет стоимость и подлежит оценке. Деловая репутация сама по себе способна оказывать влияние на получаемую прибыль и на стоимость активов юридического лица, а также на



успешность ведения им основного вида деятельности. Для того, чтоб эти возможности приобрели соответствующую правовую форму, деловую репутацию необходимо понимать не только в качестве интереса, охраняемого законом, но и установить тот правовой режим который ей присущ. Определить ее как субъективное гражданское право. Количество гражданских дел, направленных на защиту деловой репутации растет с каждым годом, что в свою очередь поднимает проблему регулирования неимущественных отношений.

В настоящее время позиция гражданского законодательства России строится на рассмотрении деловой репутации юридического лица как охраняемого законом интереса, как следствие, имеющееся законодательное регулирование ограничивается защитой деловой репутации юридического лица от распространения порочащих ее сведений, наносящих вред репутации юридического лица и приводящим к экономическим убыткам, в виду ухудшившейся конкурентоспособности юридического лица. Однако известны такие случаи использования юридическими лицами чужой деловой репутации, при которых происходит извлечение выгоды, что приводит к ее качественному ухудшению, например, при продаже контрафактного товара с незаконным использованием наименований и коммерческих обозначений оригинальной фирмы–производителя, что носит не только репутационный вред на основании того, что потребитель получает продукт не сравнено худшего качества, чем оригинал, но и также то, что изначально уменьшается процент рыночного присутствия, так как потребитель покупая контрафакт, соответственно не покупает оригинальный продукт и таким образом наносится не только прямой, но и косвенный ущерб, как деловой репутации, так и финансовой составляющей деятельности юридического лица. Имеющееся правовое регулирование не позволяет сделать вывод о том, что юридическое лицо вправе требовать от других лиц воздерживаться от умаления своей деловой репутации, то есть принять превентивные меры по защите своей деловой репутации, до момента непосредственного наступления нарушения права. С другой стороны, возможны случаи, когда лицо самостоятельно искажает собственную деловую репутацию в сторону завышения своих качеств, например, в целях получения преимущества при участии в тендерах или получения заказов.

Такое положение дел обуславливает необходимость признания субъективного гражданского права на деловую репутацию и определения его содержания, пределов осуществления и защиты. В этой связи примечательно высказывание М.М. Агаркова: «...Юридическая природа этих (личных) прав еще очень мало выяснена... Несмотря на не разработанность данного вопроса ясно, что для закрепления за субъектом прав тех благ, которые лежат в собственной его личности и ее внешних проявлениях, права личности должны быть признаны законом и наделены позитивно–юридической охраной» [16, с.25].

В то же время такой вывод дает основание для правового регулирования деловой репутации. Субъективное право на деловую репутацию – предоставляемая и гарантированная законом система действий, направленная на

---

<sup>16</sup> Агарков М.М. Деловая репутация юридического лица и ее защита /Агарков М.М.// Юрист. - 2012. - № 12. - С. 25.

создание деловой репутации, а также право обладание материальными благами, возникающих после появления деловой репутации – таким образом именно это должен прежде всего гарантировать закон субъектам права в социально–экономических отношениях.

Как отмечает В.П. Грибанов: «субъективное гражданское право – это мера возможного поведения управомоченного лица. При этом, по общему правилу, субъективное гражданское право предоставляет управомоченному лицу три возможности:

- 1) совершать определенные положительные действия по осуществлению своего права;
- 2) требовать определенного поведения от обязанного лица;
- 3) обращаться в судебные органы за защитой права в случае его нарушения» [17, с.7]

О.С. Иоффе, в свою очередь, утверждает, что «...содержание субъективного права сводится не только к обеспечению определенного поведения обязанных лиц и возможности совершения известных действий управомоченным, но и к интересу, удовлетворение которого обуславливается его существованием» [18, с.136].

Юридическое лицо вправе самостоятельно управлять своей деловой репутацией, в этой связи стоит упомянуть справедливое замечание В.А. Белова, который указал, что: « право на деловую репутацию должно подразумевать право на условия ее надлежащего формирования, передавать право на нее другим лицам совместно с другими объектами гражданских прав, формировать деловую репутацию посредством совершения положительных действий, направленных на повышение общественной оценки профессиональных качеств лица: повышать качество товаров и услуг, лично исполнять свои договорные обязательства, повышать профессионализм сотрудников, формировать партнерские отношения с различными органами и организациями, проводить рекламные кампании» [19, с.120].

А.П. Сергеев и Ю.К. Толстой указывают на то, что личные неимущественные права не включают, по общему правилу, осуществление положительных гражданско–правовых действий. По отношению к деловой репутации юридического лица, как видится, следует сделать исключение, которое обусловлено спецификой данного нематериального блага, имеющего имущественное содержание. [20,с.523]

За юридическим лицом, законодательно гарантировано право, требовать объективной оценки своей деятельности, своих профессиональных качеств, требовать прекращения распространения информации, имеющей негативный субъективный характер и несущую в себе ложные сведения. Данное право нашло отражение в п.11 ст. 152 ГК РФ, но при этом сфера нарушения определена

---

<sup>17</sup> Серебрякова А.В. Законодательство о юридических лицах: перспективы развития\_Серебрякова А.В. // Налоговая проверка. - 2013. - № 5. – С. 7

<sup>18</sup> Нуждин Т.А. Регламентация нематериальных благ юридического лица в отечественном гражданском праве (историко-правовой анализ)/Нуждин Т.А. // Гражданин и право. – 2012. - № 7. – С. 136

<sup>19</sup> Белов О.А. Практика применения Гражданского кодекса РФ, части первой /Белов О.А.// М.: Просвещение–,2011. – С. 120

<sup>20</sup> Сергеев А.П. Гражданское право: Учебник. В 3-х т. Т. 1 /Сергеев А.П.// М.: Наука, –2013. – С. 523

крайне незначительно и не включает в себя иные моменты, неизбежно возникающие при данном нарушении права: деловая репутация защищается только в том случае, если в отношении ее распространены порочащие сведения, не соответствующие действительности и таким образом мы имеем точку зрения законодательства, которое на прямую трактует защиту деловой репутации только в одном случае – в распространение заведомо порочащих сведений и таким образом игнорируя иные случаи, наносящие вред деловой репутации, которые тем не менее несут в себе определенные финансовые и репутационные риски, как в случаях с реализацией контрафакта, так и в случаях, когда имя юридического лица используется не напрямую, а в контексте, позволяющим учитывать его при получении информации, таким примером является передача негативной информации в СМИ, не связанная с непосредственным упоминанием юридического лица, а с использованием его в качестве примера. Представляется, что юридическое лицо, должно быть наделено правом на защиту деловой репутации от любых посягательств иных лиц, в случае совершения ими любых действий, в результате которых наступает умаления деловой репутации юридического лица. Целью права в данном случае должна являться возможность обязать правонарушителя совершить определенные действия, направленные на восстановление качества деловой репутации и возместить причиненные убытки, а в случае фактической невозможности или категорического нежелания виновного лица совершать указанные действия, подвергнуть его более суровому наказанию до момента возмещения им причиненных убытков.

На основании правовой природы деловой репутации юридического лица, а также учитывая вышеуказанные доктринальные позиции и структуру, разработанную В.П. Грибановым, определим содержание субъективного гражданского права юридического лица на деловую репутацию.

Таким образом право на деловую репутацию необходимо квалифицировать как абсолютное право, т.к. обязанности по его исполнению одинаковы для всех иных лиц. В случае деликта права, либо возникших отношений, связанных с его видоизменения – представления права пользования деловой репутацией другому лицу, создает относительное правоотношение, существующее на фоне общерегулятивного отношения.

На основании глубокого исследования природы данного права, можно отметить, что право на деловую репутацию имеет значительное сходство с исключительным правом.

Такой вывод обосновывается следующим: исключительные права распространяются в отношении объектов идеальных, имеющих информационную природу, к которым относится и деловая репутация юридического лица. Само право на деловую репутацию по своей сути вписывается в классическую концепцию правомочий в рамках исключительного права, согласно которой исключительное право воплощает в себе два правомочия: использование объекта и распоряжение самим правом.

На основе вышеизложенного приходим к следующим выводам:

- 1) Само по себе определение деловой репутации и ее место в нормах права и экономики является достаточно дискуссионным, окончательного мнения по данному вопросу не выработано. В действующем законодательстве присутствует термин «деловая репутация», но отсутствует ее определение, что не позволяет в полной мере определять момент умаления деловой репутации и соответственно на него реагировать.
- 2) Данное явление несет в себе одно из важнейших свойств современной жизнедеятельности и функционирования юридического лица в частности, поскольку наше информационное общество напрямую строит свое мнение о субъектах гражданских отношений, к которым относятся юридические лица, на основе получаемой информации. Таким образом любой репутационный вред, связанный с деловым именем юридического лица, несет прежде всего не сколько моральный, сколько финансовый ущерб, а также способен помешать нормальному функционированию юридического лица.
- 3) Со стороны Конституционного суда РФ, как высшего судебного органа, способного устанавливать новые правовые нормы, должен быть определен механизм и понятийный аппарат, внесенный в последствии в положения ст.150 и 152 ГК РФ, четко определяющий моменты возникновения умаления деловой репутации, предусматривающий способы различной защиты, закрепленный на законодательном уровне.
- 4) В частности предлагается ввести определение следующего рода – «деловая репутация юридического лица, есть общественная оценка совокупности деловых качеств и показателей ведения предпринимательской, либо иной, в том числе и некоммерческой деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, влияющую (способную повлиять) на участие этих организаций в общественных отношениях и их социальное, общественное, в т.ч. имущественное, положение».

## 2. СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА И ИХ ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

### 2.1. Порядок защиты деловой репутации юридического лица

Защита деловой репутации со стороны юридического лица, осуществляется через нормы, прописанные в ст. 152 ГК РФ. В соответствии с нормами данной статьи, за юридическим лицом на уровне закона, гарантируется право, требования объективной оценки своей деятельности, опирающейся на реальные сведения и факты, а также не допускать искажения, в ходе которого возникают порочащие сведения и тем более не заниматься их распространением, в особенности, если имеющаяся информация, не соответствует объективной действительности.

Для лучшего понимания того, каким именно образом юридическое лицо может осуществить защиту своей репутации, обратимся к непосредственному порядку действий, предписываемых действующим законодательством. Современное законодательство Российской Федерации позволяет юридическим лицам использовать определенные возможности для защиты своей деловой репутации. Первым делом является определением со стороны истца того, что был ли на самом деле причинен вред деловой репутации, это выражается в следующих пунктах:

- сведения, о нем были действительно недостоверны,
- порочат деловую репутацию,
- получили распространения среди 2 и более лиц, при этом порядок распространения сведений должен иметь публичный характер, будучи распространенным среди СМИ, либо посредством сети «Интернет» на ресурсах, имеющих свободный доступ пользователей, таким образом имеющих возможность распространения данной информации среди бесконечного количества получателей.

Немаловажным в данном случае будет являться то, что юридическое лицо, в преподносимой информации должно быть четко идентифицируемым, в случае отсутствия четкого понимания об объекте информации, выиграть спор представляется весьма затруднительным, поскольку сложно доказать действительность причинения репутационного ущерба конкретному юридическому лицу, суждение же ответчика должно носить утвердительный характер, а не оценочный субъективный, иначе в иске будет отказано.

Прежде всего, если удалось найти соответствие вышеуказанным требованиям, со стороны юридического лица в адрес автора, либо распространителя порочащей информации, в случае если это СМИ, либо информационный портал сети Интернет, должна поступить на основании действующего Закона о СМИ, претензия с требованием опровержения недостоверной информации, опровержение должно быть осуществлено в установленный данным Законом срок, при этом немаловажным является то, что подаваться опровержение должно точно также, как и та информация, которая

была признана порочащей. Т.е. законодатель предположил, что теоретически информацию об опровержение, сможет получить примерно такое же количество лиц, которое ранее получило недостоверную информацию о юридическом лице, что в свою очередь должно восстановить попорченную репутацию.

СМИ обязано подать опровержение в ближайшем номере, либо в течении 10 дней, при этом также уведомить юридическое лицо в письменном виде о времени и способе подачи опровержения. В случае отказа, либо нарушения порядка и времени подачи опровержения, юридическое лицо обращается в соответствующий арбитражный суд, при этом суд должен быть именно арбитражным, , является ли ответчиком юридическое лицо или физическое не важно.

При подаче искового заявления, за юридическим лицом сохраняется право в судебном порядке потребовать:

- опровержения,
- изъятия, либо удаление порочащей информации,
- публикация ответа на информацию, распространяющую вред для репутации юридического лица.
- если же в результате распространения информации, были нанесены убытки, то требовать их возмещения.

Если учитывать то, что сбор доказательств, процессуальное закрепление и соответствующее их предоставление в суд является обязанностью истца, то прежде следует закрепить их нотариальным образом, путем осмотра страниц печатных изданий, или интернет порталов, либо проведения лингвистических экспертиз. Только после этого, руководствуясь положениями ст. 152 ГК РФ, можно выходить в суд.

Как указано в п. 18 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 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 № 3), утверждение мирового соглашения не нарушает прав и законных интересов других лиц и не противоречит закону, который не содержит такого запрета».

Извинение, как мера воздействия на нарушителя в нормах законодательства отсутствует. Со стороны суда, не может быть выдвинуто обязательство к ответчику об извинение, но в случае если стороны приходят к мировому соглашению между собой, в котором оговаривается возможность либо обязанность ответчика принести извинения в том или ином виде, суд может утвердить это в качестве основного решения по делу.

Основное требование, на основании положения ст. 152 ГК РФ, а также иных нормативных актов, которое заявляет истец по делам о защите деловой репутации, к лицу, допустившему распространение порочащей информации, является то, что ответчик незамедлительно обязан их удалить, либо опровергнуть в установленный законом срок, способ же при этом может быть установлен судом.

Согласно ст. 44 Закона РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124–1 «О средствах массовой информации»: «в случаях распространения порочащих сведений с недостоверным содержанием в средствах массовой информации, наиболее распространённым требованием и способом защиты деловой репутации является требование об опровержении данной информации тем СМИ, которое его опубликовало, либо к лицу, являющегося его автором, а также к владельцам сайтов и учредителям изданий. Вышеуказанная норма права содержит в себе исчерпывающий порядок опровержения подобной информации» [21]

Согласно вышеприведенным статьям, истец сохраняет за собой права требовать опровержения распространённых о нем сведений, нарушающих его деловую репутацию в суде. Данная норма предусмотрена п. п. 1 и 7 ст. 152 ГК РФ. Законом при этом не предусматривается обязательность предварительного обращения с претензией к ответчику и указывается на возможность прямого первоначального обращения в суд. В случаях же публикации подобных сведений в СМИ, заявитель в праве первоначально обратиться в редакцию, либо на интернетный ресурс с заявлением, содержащим требования об опровержении данных сведений, в случае получения отказа в публикации опровержения, либо нарушении установленного законом срока публикации опровержения, согласно ст. 43–45 «Закона о средствах массовой информации» заявитель в праве обратиться в суд, для обеспечения защиты своего нарушенного права.

Как участник рыночных отношений и делового оборота, юридическое лицо, в случае поступления в СМИ, либо заинтересованным лицам, информации, содержащей порочащие сведения, начинает нести убытки, если данная информация была воспринята как достоверная и таким образом партнеры, контрагенты, потребители и поставщики начинают испытывать недоверие к юридическому лицу, как честному и достойному доверия участнику рыночных отношений, что приводит к отказу от контрактов, снижению объема продаж и поставок, потере рыночных позиций, снижению доходности и ликвидности предприятия.

В качестве защиты, при возникновении подобных обстоятельств, используется не только механизм опровержения информации, но и материальные компенсации, в частности положение ст. 15 ГК РФ предусматривает право на компенсацию в виде требования о возмещении убытков, под которыми понимаются реальный ущерб и упущенная выгода. Конечно в данном случае, обязанностью истца служит подготовка доказательной базы, подтверждающей, что убытки, которое понесло юридическое лицо, были вызваны именно противоправными действиями ответчика, распространявшего порочащую информацию, доказав таким образом причинно–следственную связь между порочащей информацией и убытками, которые возникли в результате нарушения естественного хода хозяйственной деятельности истца.

Открытым остается вопрос о возможности компенсации нематериального вреда юридическому лицу, поскольку в настоящее время данная возможность не предусматривается, по принципу своего формирования данная компенсация

---

<sup>21</sup> Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» // – «СПС Гарант

является схожей с компенсацией морального вреда, причиненного физическому лицу, но имеет при этом существенные различия.

На основании п. 9 ст.152 ГК РФ, в действующей редакции, у лица, защищающего свою деловую репутацию имеется возможность подать иск о причинение ему морального вреда и таким образом потребовать компенсацию, доказав понесенные им моральные и нравственные страдания. Данный иск может выступить и самостоятельным требованием и быть дополнительным требованием к требованию об опровержение порочащей информации. Подобная позиция закреплена по отношению как к физическим, так и к должностным лицам, согласно п. 11 ст.152 ГК РФ, защита деловой репутации юридического лица, строится на тех же принципах, что и защита репутации физического лица, за исключением компенсации морального вреда, поскольку доказать способность испытывать моральные страдания организацией, либо учреждением, является скорее анекдотичным случаем, нежели поводом для юридической дискуссии. Юридическое лицо не может заявлять иск о моральных страданиях, в рамках ст. 152 ГК РФ, т.к. данное положение закреплено п.11, компенсация же понесенного материального ущерба строится на иных принципах и иных законодательных положениях.

Данное положение окончательно разграничило разницу защиты юридического и физического лица и положило конец существующей дискуссии отечественной юридической науки и правоприменительной практике по ранее существовавшему положению ст. 152 ГК РФ, до редакции 2013 года.

При изучении этого вопроса анализируются уже ставшие классическими следующие судебные акты:

Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 1 декабря 1998 г. № 813/98, в котором содержится вывод о том, что юридическому лицу невозможно причинить моральный вред, поскольку оно не может испытывать физических или нравственных страданий, не являясь существом биологической природы;

Решение Европейского суда по правам человека от 6 апреля 2000 г., вынесенное по итогам рассмотрения известного дела «Комингерсоль С.А. против Португалии», в котором подтверждена возможность присуждения коммерческой организации компенсации за нематериальные убытки;

Определение Конституционного Суда РФ от 4 декабря 2003 г. № 508–О по жалобе гражданина Шлафмана В.А. на нарушение конституционных прав положениями п. 7 ст. 152 ГК РФ, в котором Конституционный Суд РФ разделяет понятия «моральный вред», причиненный гражданину, и «нематериальный вред», причиненный юридическому лицу. Сделанный Конституционным Судом РФ вывод основан на части второй ст. 45 Конституции РФ, в соответствии с которой «каждый вправе защищать свои права и свободы всеми способами, не запрещенными законом», а также на ст. 41 Европейской конвенции о защите



прав человека и основных свобод, согласно которой допускается взыскание справедливой компенсации в пользу юридического лица; [22,с. 29]

Известное Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 30 марта 2005 г. по делу № КГ–А40/1052–05, в ходе которого рассматривался спор по иску ОАО «Альфа–Банк» к ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом» о защите деловой репутации, пресечении действий ответчика по злоупотреблению свободой массовой информации, взыскании убытков и вреда, причиненных умалением деловой репутации истца. По итогам рассмотрения данного дела на ответчика была возложена обязанность удовлетворить заявленные иски, в том числе выплатить истцу указанную судом сумму репутационного (нематериального) вреда.

Решение Арбитражного суда г. Санкт–Петербурга и Ленинградской области от 11 ноября 2015 г. по делу № А56–58502/2015. Свою позицию суд выразил, сославшись на п. 11 ст. 152, п. 1 ст. 1064 ГК РФ, объяснив что юридическому лицу может быть присужден исключительно имущественный ущерб, компенсация же по неимущественному вреду не присуждается ни в каком виде. Таким образом Арбитражного суда г. Санкт–Петербурга и Ленинградской области занял позицию Верховного суда и исключил саму возможность присуждения в рамках действующего законодательства неимущественного вреда юридическому лицу. В ходе рассмотрения данного дела, судом было вынесено утверждение о возможности получения материальной компенсации, если бы обратившаяся сторона смогла обосновано подтвердить наличие и размер убытков, а также доказать причинно–следственную связь между распространенными порочащими сведениями и образовавшимися в результате этого финансовыми убытками.

Окончательную точку в этом споре поставил ВС РФ (Определение СК по экономическим спорам ВС РФ от 18 ноября 2016 г. № 307–ЭС16–8923).

В данном определении судом разъяснено о наличии права юридического лица на заявление иска в рамках компенсации вреда по репутационным, несмотря на то, что положение ст. 152 ГК РФ лишает юридическое лицо требовать компенсации по моральному вреду. (Определение КС РФ от 4 декабря 2003 г. № 508–О).

Судом определено, что вредом, который был причинен деловой репутации юридического лица, понимается всякое умаление репутации, распространение информации об этом, в результате чего юридическое лицо стало нести объективно не мотивированные убытки, утратило конкурентоспособность, нарушение возможности планирование своей деятельности в силу утрачивания постоянных деловых контактов, потеря поставщиков и рынков сбыта.

Следует также учитывать, что выявления одного только факта, что неким лицом распространяется информация, либо сведения порочащие деловую репутацию юридического лица, не есть основание для возникновения утверждения о наличии причиненного деловой репутации ущерба, и как

---

<sup>22</sup> Определение Конституционного Суда РФ от 4 декабря 2003 г. N 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. 2010. N 3-С.29. – «СПС Гарант»

следствие не есть основание для формирования иска и требования денежного возмещения. Согласно нормам гражданского законодательства РФ, бремя доказывания в гражданско-правовых спорах лежит целиком на сторонах судебного разбирательства и таким образом истец обязан доказать следующие положения:

- наличие сформированной репутации, в процессе ведения хозяйственной деятельности в сфере деловых отношений (как коммерческого, так и некоммерческого характера);
- факт наличия порочащей деловую репутацию информации;
- наступление и вид отрицательных последствий, возникших для всех видов деятельности юридического лица после распространения порочащих сведений;
- значительная утрата доверия к его репутации.

Как показывает правоприменительная и судебная практика, суды крайне осторожно подходят к вопросу о присуждении юридическим лицам компенсаций по причиненным им репутационным ущербам, практика по данным делам весьма противоречива, вместе с тем постепенно подтверждая принципиальную возможность присуждения подобной компенсации.

Примерами, ярко иллюстрирующими данное утверждение, служат два судебных разбирательства о присуждении компенсации юридическому лицу по репутационному вреду, в которых для вынесения решения потребовались многочисленные решения судов различных инстанций.

В 2008 г. ОАО «Приват-Инвест» обратилось в Арбитражный суд Краснодарского края с иском к государственному унитарному предприятию Краснодарского края «Газетно-информационный комплекс «Кубанские новости» и автору П. о защите деловой репутации путем опровержения недостоверных порочащих сведений и компенсации репутационного вреда в сумме 10 млн. руб. Речь шла о статье «Акционирование в тротиловом эквиваленте», опубликованной в газете «Кубанские новости» от 4 апреля 2008 г. № 55 (4194).

Согласно решению от 22 Августа 2008 года Арбитражного суда Краснодарского края, информация предоставленная в статье в некоторых своих частях содержала недостоверные сведения, которые умаляли деловую репутацию истца, в связи с этим иск был удовлетворен частично, т.к. судом было вынесено решения о необходимости публикации опровержения со стороны ответчика и таким образом сделано заключение о достаточности мер государственной защиты права юридического лица. В удовлетворении материальной части иска было отказано.

Аналогичным является постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 8 декабря 2008 г., в котором также было отказано истцу в взыскании репутационного вреда, на основании невозможности физического, нравственного или морального страдания юридическим лицом.

Данные решения были отменены Постановлением от 12 марта 2009 г. Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа который буквально указал следующее: что факт распространения порочащих сведений, не

соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию получил достаточное доказательство, то отказ в удовлетворение искового требования о возмещение репутационного ущерба нижестоящими судами является неправомерным, в результате чего предыдущие судебные акты были отменены, а само дело направлено на новое рассмотрение.

Согласно повторному решению, суд первой инстанции, которым являлся Арбитражный суд Краснодарского края, вынес решение от 07 июля 2009 года об удовлетворение иска истца и назначил в качестве компенсации репутационного вреда – 10 тысяч рублей с ответчиков солидарно.

А вот апелляция инстанция, при повторном рассмотрении данного дела, в качестве Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда, вновь отказала в удовлетворение искового требования в полном объеме. В Постановлении от 21 октября 2009 г. суд апелляционной инстанции в обоснование своей позиции представил массу доводов.

Отметим некоторые из них:

- юридическое лицо является искусственным субъектом права, и по своей правовой природе, не будучи живым существом с высшей нервной деятельностью, не способно испытывать физических и нравственных страданий, следовательно, и претендовать на компенсацию морального вреда;

- защита деловой репутации юридических лиц осуществляется лишь теми способами, которые не противоречат существу юридических лиц;

- вред, причиненный юридическому лицу, носит имущественный характер, что исключает возможность присуждения юридическому лицу компенсации за неимущественный вред, в какой бы форме он ни выражался;

- истец имеет право не на компенсацию морального (нематериального, репутационного) вреда, а на возмещение убытков, причиненных распространением не соответствующих действительности порочащих сведений.

При повторном рассмотрении дела в суде кассационной инстанции постановление суда апелляционной инстанции было отменено со следующей мотивировкой: отказывая в компенсации морального (нематериального, репутационного) вреда, суд апелляционной инстанции неправильно применил нормы материального права; выводы суда противоречат сложившейся судебной практике, а также основным принципам и задачам судопроизводства. Таким образом, суд кассационной инстанции признал право юридического лица на взыскание репутационного вреда, при этом было поддержано решение суда первой инстанции о достаточности компенсации в сумме 10 тыс. руб. (Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 5 февраля 2010 г. по делу № А32–6861/2008).

Данная позиция окончательно была подтверждена судом надзорной инстанции. Своим Определением от 2 июня 2010 г. № ВАС–6424/10 Высший Арбитражный Суд РФ не нашел оснований для передачи дела в Президиум ВАС РФ для пересмотра дела в порядке надзора.

Не менее интересным является дело № А50–21226/2014, которое было рассмотрено Экономической коллегией Верховного Суда РФ (Определение ВС

РФ от 17 августа 2015 г. № 309–ЭС15–8331). В указанном деле ВС РФ отменил судебные акты нижестоящих судов (Решение Арбитражного суда Пермского края от 17 декабря 2014 г., Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 19 февраля 2015 г. № 17АП–18311/2014–АК, Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 18 мая 2015 г. № Ф09–1824/15), посчитавших возможным удовлетворить требования юридического лица о компенсации морального вреда. Интерес к этому делу обусловлен тем, что оно было рассмотрено арбитражными судами и ВС РФ уже после внесения изменений в ст. 152 ГК РФ, исключающих возможность компенсации морального вреда юридическому лицу.

Особенностью данного дела являлось то, что арбитражные суды удовлетворили иски о возмещении морального вреда, которым являлось юридическое лицо. Таким образом судами было полностью проигнорировано требование изменений, внесенных в положения ст. 152 ГК РФ, поддержав тем самым позицию высказанную КС в Определении от 4 декабря 2003 г. № 508–О. В данном определении КС РФ продемонстрировал весьма аргументированный подход, указав, что применимость того или иного конкретного способа защиты нарушенных гражданских прав к защите деловой репутации юридических лиц должна определяться исходя именно из природы юридического лица. В виду того, что в законе как таковом, отсутствовало прямое указание на способ защиты деловой репутации юридического лица, это не являлось основанием для отказа юридическим лицам в компенсационных исках по причиненным убыткам, в том числе и нематериальным причиненным умалением деловой репутации, или нематериального вреда, имеющего свое собственное содержание (отличное от содержания морального вреда, причиненного гражданину), которое вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения (п. 2 ст. 150 ГК РФ). Таким образом КС РФ прямо указывал, что у юридических лиц есть право требовать компенсацию морального вреда, но в данном случае его правовая природа является абсолютно иной, полностью отличной от одноименного института защиты нематериальных благ физического лица. Следует учитывать и вывод КС РФ о том, что нельзя лишать права на защиту и возмещения нематериального вреда субъекта права, в случае если в законодательстве отсутствует прямое указание на способ защиты, поскольку в данном случае это будет противоречить конституционным положениям, гарантирующим равные права.

Но возвращаясь к вышеуказанному примеру, можно увидеть, что в последствии Экономическая коллегия ВС РФ признала указанные выводы ошибочными, отменила принятые судебные акты и полностью отказала в удовлетворении иска. Позиция права, которую заняла Экономическая коллегия ВС РФ, свелась к дословному толкованию буквального содержания положений ст. 152 ГК РФ, согласно которым компенсация морального вреда возможна в случаях причинения такого вреда гражданину действиями, нарушающими его личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие

гражданину другие нематериальные блага. В иных случаях, только наличие прямого указания в законе способно указать на требование моральной компенсации. И таким образом, в виду наличия п. 11 в ст. 152 ГК РФ и как следствие прямого указания на невозможность взыскания морального иска в пользу юридического лица, в удовлетворение исковых требований было окончательно отказано.

В правовой литературе, освещающей вопросы возмещения репутационных ущербов, совершенно справедливо представлено мнение о наличии противоречивости в действующей судебной практике, данное утверждение представляется актуальным в виду того, что со стороны государства, а точнее гражданского законодательства представлена весьма скудная возможность правового регулирования данного вопроса. При этом необходимо понимать, что значительная часть основополагающих законодательных и нормообразующих актов, в том числе и Гражданский Кодекс, в его первой части, были приняты в 1994 году, когда о развитых рыночных отношениях говорить еще не приходилось, т.к. они являли собой остатки советской экономической системы с элементами обычного базара. Разрабатываемый ГК РФ, находился в зависимости от системы юридических понятий СССР, т.к. разрабатывался специалистами того времени и в основном перенял положения присущие системе советского права, где в виду государственной монополии, конкурентоспособность относилась к экспортируемым продуктам и в малой доле к внутреннему рынку. Внутренний рынок так же нес в себе черты монополии и авторы ГК РФ не в полной мере представляли себе как полную суть рыночных отношений, динамику и степень их развития, так и возникающую уже в то время проблему защиты деловой репутации хозяйствующих субъектов, соответственно и судебная защита, находясь в прямой связи от принятого законодательства, не могла в полной и достаточной мере отвечать возникающим условиям.

Бесспорно можно считать, что сама только возможность того, что юридическое лицо может получить, согласно судебного решения, компенсацию за репутационный ущерб, имеет гигантское значение для последующего разрешения возникающих конфликтов, нередко связанных и с государственными органами, при этом данную возможность также можно считать превентивной мерой, в какой то мере обеспечивающей бесконфликтное взаимодействие хозяйствующих субъектов. В данном аспекте нельзя не отметить, периодически поднимаемые вопросы в публикациях, связанных с современным юридическим полем, по фактам причинения репутационного вреда юридическому лицу, возникшему в результате неправомερных действий налоговых органов, либо иных государственных структур, основным родом деятельности которых, является работа с хозяйствующими частными субъектами.

Согласно положению п. 15 Постановления Пленума ВС РФ № 3, на которое несомненно следует обратить внимание, можно увидеть следующее: «моральный вред, хотя и определяется судом в конкретной денежной сумме, признается законом вредом неимущественным. Следовательно, государственная пошлина должна взиматься на основании подп. 3 п. 1 ст. 333.19 Налогового кодекса РФ, а

не в процентном отношении к сумме, определенной судом в качестве компенсации причиненного истцу морального вреда. Полагаем, что с учетом положений ст. 333.21 Налогового кодекса РФ данное разъяснение применимо и к случаям возмещения репутационного вреда, вызванного умалением деловой репутации юридического лица» [23,с.20]. Таким образом становится понятно, что позиция государства заключается в том, что моральный вред, как и репутационный, считается именно неимущественным ущербом, что лишний раз указывает на дуальность репутационного вреда, как юридического явления.

Открытым является вопрос защиты репутации делового лица от негативной информации, которая несет в себе негативный аспект для репутации, но тем не менее не подлежит судебному преследованию, а именно высказываемые суждения оценочного характера, субъективные мнения. Сложность данного вопроса заключается в том, что право юридического лица на защиту сталкивается с конституционно гарантированным правом на свободу слова. В соответствие с этим, гражданин может высказывать свою субъективную оценку деятельности каких-либо учреждений, органов, предприятий, как частных, так и государственных. И как опять же показывает практика, в подавляющем количестве данные оценки носят крайне негативный характер, мнения высказываются критические и зачастую далеки от объективности.

Современная юридическая литература не могла обойти стороной вопрос, несомненно играющий важное значение для защиты деловой репутации как таковой, а именно вопрос субъективного оценочного суждения и непосредственного указывания факта. Данный аспект относится к позиция доказывания и должен четко оперировать различием между сообщением действительных, имеющих место фактах и личным субъективным восприятием и последующей передачей информации. В настоящее время репутационный вред можно доказать только в отношении той информации, по которой можно предоставить утвердительные доказательства, подтверждающие субъективную сторону вину распространителя, а именно его желание, осознание наступления последствий, время и способ предоставления информации, вообще все то, что может быть подвергнуто оцениванию. Вместе с тем, значительный пласт действий, также несущих в себе репутационный вред, как то : комментарии, использование бренда на продукции заведомо низкого качества и т.д., не входит в рамки защиты деловой репутации юридического лица и таким образом существует целый ряд действий, способный наносить вред репутации, с которым существующая правовая система не способна бороться.

Согласно ст. 29 Конституции РФ, а также поддерживаемой РФ Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, а точнее ее ст. 10, любому гражданину гарантируется неприкосновенное право на свободу массовой информации, а также гарантируется право каждого гражданина на свободу мысли и слова, т.е. таким образом, любой гражданин имеет право свободно и беспрепятственно высказывать свое мнение и суждение по

---

<sup>23</sup> Федоров П.Г. Деловая репутация юридического лица и ее защита/Федоров П.Г. // Юрист.-2012. -№ 11. -С. 20.

различным аспектам трудовой, социальной, общественной, политической жизни государства.

Таким образом можно привести пример, связанные с трудовыми спорами, когда после увольнения сотрудников, в особенности, если они были массовыми, неизбежно возникает момент информационной «мести», связанный с публикацией собственной оценки как самого предприятия, условий его деятельности и руководства, так и допустим выпускаемого продукта, либо предоставляемой услуги. Данные публикации, комментарии и иные способы передачи информации, без сомнения могут и зачастую наносят вред деловой репутации юридического лица, но являясь в большинстве своем субъективными оценками существующих фактов, не подлежат рассмотрению в судебных инстанциях.

Следует понимать и то, что субъективизм восприятия достаточно обоюдоострый «механизм», как судом не будет принят иск от владельца по защите репутации юридического лица, основанный на негативных комментариях уволенных лиц, так и со стороны сотрудников юридического лица, судом не будет рассматриваться иск, в котором содержатся личные субъективные оценки и отсутствуют подлежащие юридической оценке факты. Общая информация, несущая в себе эмоциональный заряд, как то: «на предприятии рабское, отвратительное отношение к людям», «на заводе постоянно нарушается трудовое законодательство» и т.д., высказывания на подобие «напрашивается вывод», «существует мнение», «есть основания полагать» свидетельствуют об оценочном, исключительно эмоциональном характере таких сообщений» [24, с.36]

Подобные суждения ярко иллюстрируют положение п. п. 1 и 2 ст. 152 ГК РФ и так как не содержат в себе объективной информации о конкретных деяниях, дат, а также виновных лиц, то соответственно не могут быть проверены на соответствие действительности, в силу чего не могут стать предметом судебного разбирательства. За юридическим лицом же, в соответствие с п. п. 3, 7 ст. 152 ГК РФ и ст. 46 Закона о СМИ сохраняется и обеспечивается право на публикацию своего ответа или комментария в тех же СМИ или на том же сайте, ответ же должен быть объективным, нести в себе конструктивное звено, не должен содержать каких-либо субъективных либо личностных высказываний и тезисов, должен прежде всего показать точку зрения юридического лица на сложившуюся ситуацию, следует избегать тезисов, которые могут быть двояко истолкованы.

Подводя итоги приходим к следующим выводам:

1) Современное нам время, это время постоянного обмена гигантскими пластами информации, деятельность современных хозяйствующих субъектов, особенно относящихся к среднему и крупному бизнесу, напрямую связана с постоянным получением информации о партнерах, контрагентах, клиентах, соответственно информационный блок современного рынка моментально

---

<sup>24</sup> Ядрихинский С.А. О возмещении неденежного ущерба (Non-pecuniary damage) в налоговых отношениях /Ядрихинский С.А.// Законы России: опыт, анализ, практика. -2013. -№ 6. -С. 36.

реагирует на любые изменения и сообщения, связанные с любым юридическим лицом, являющимся участником его сегмента. Информация, несущая в себе негативное значение и тем самым подрывающая деловую репутацию юридического лица, может и вызывает потерю репутационной составляющей и соответственно привести к негативным финансовым последствиям как для внешней деятельности юридического лица, так и для внутренней структуры, поскольку утрата доверия приводит к разрушению деловых связей и контактов, а также оттоку сотрудников и клиентов. В обратном же случае, при стабильно положительной деловой репутации, юридическое лицо имеет значительный кредит доверия, который отражается в виде постоянной прибыли и коммерческого успеха.

В связи с данным тезисом становится понятным стремление юридических лиц, в условиях постоянной конкурентной борьбы в условиях рыночных отношений, обеспечивать себе доброе имя, в результате чего защита своей деловой репутации, обеспечение ее надлежащей протекцией от посягательств третьих лиц, по вполне объяснимым причинам занимает первый план.

2) Сама ст. 46 Закона РФ «О СМИ» не предусматривает варианта распространения информации, при котором требуется опровержение, либо публикация ответа и таким образом позволяет более развернуто понимать публикации, содержащие порочащие сведения. Ст. 152 ГК РФ, для обеспечения ей более вариативного варианта защиты права можно дополнить самостоятельным абзацем, следующего содержания: юридическое лицо вправе требовать публикацию ответа не только в случае ущемления его права и законных интересов, но и в случае, если они не соответствуют действительности».

## 2.2. Процессуальные особенности защиты деловой репутации

Дела о защите деловой репутации юридических лиц, попадают под действия общих правил территориальной подсудности на основании положения ст. 28 ГПК РФ. Предъявляемые иски, представляют в суды, в территориальное обслуживание которых входит адрес проживания ответчика, либо место нахождения юридического лица и нахождения имущества юридического лица, по вине которого получили распространение порочащие сведения. Данная позиция законодателя, в рамках рассматриваемого вопроса представляется несколько спорной, поскольку в данном случае ответчиком по иску о защите деловой репутации могут являться СМИ федерального, либо республиканского значения, основным юридическим адресом, либо адресом нахождения имущества у которых будет являться столичные города и таким образом истец не всегда может иметь возможность лично участвовать в судебном процессе, в связи с чем предполагается установить для данной категории дел альтернативную подсудность.



В виду того, что лицо, распространившее порочащую информацию, не во всех случаях будет являться ее автором, то вопрос определения степени ответственности, так и лиц, подвергаемых ответственности имеет определенные особенности, при этом следует учитывать то, что к ответственности привлекутся лица, благодаря которым информация, в последствии признанная порочащей деловую репутацию, получила распространение, в данном случае речь идет как об авторе, так и лица, благодаря которым она была опубликована, либо распространена иным общественным способом.

Предмет доказывания в делах о защите деловой репутации, также имеет процессуальные особенности, т.к. его безусловной спецификой является определение предмета доказывания. С учетом того, что в настоящее время информация, поступившая в сети «Интернет», обладает возможностью моментального распространения и может быстро распространиться среди неопределенного количества получателей, то лицо, благодаря которому имело место быть распространение данной информации, может находиться на каком угодно расстоянии, а вот лицо, в отношении которого была распространена информация, носящей компрометирующий или репутационный вред, узнает об этом обычно либо дома, либо на работе и таким образом должно получить исключительное право, на обращение в судебные инстанции по месту жительства в независимости от того, где именно находится лицо виновное.

Не во всех случаях представляется возможным определить лицо, благодаря которому поступила информация, наносящая репутационный вред, для подобных случаев в диспозиции ст.152 ГК, а именно в ее п.8 предусмотрена специальная норма, которую вполне можно расценивать как самостоятельный способ защиты, позволяющий обращение в суд, с заявлением о признании информации недостоверной и последующего его удаления из информационного поля.

Как уже указывалось выше, обязательным условием привлечения к ответственности является определение объективной стороны виновности лица, выражающейся в самом факте распространения недостоверной информации. Но также следует объективно рассматривать вопрос о том, действительно ли указанные сведения наносят вред репутации юридического лица, в том числе и насколько достоверна изложенная в них информация, по мимо этого существуют и иные условия, способствующие выявлению объективных признаков нарушения, связанного с распространением информации, умоляющей деловую репутацию. Здесь следует указать, что существует зависимость от того, как именно была распространена информация, ее соответствие действительности, личным отношением распространителя к этой информации.

Таким образом вводится понятие:

диффамация – т.е распространение ложной информации в печати, от той же самой клеветы, диффамация имеет довольно серьезные отличия:

1) Всегда распространяется через печать, либо иные средства СМИ, клевета же в данном случае может быть и устной.

2) Диффамация, может быть по субъективному отношению к ней распространителя, умышленной, где имеется полное понимание того, что распространяемая информация является заведомо ложной, неумышленной, где лицо, распространяющее информацию, либо введено в заблуждение, либо не обладает достоверной объективной информацией об истинном положении дел,

3) Следует также выделить существование правдивой диффамации, под которой понимается распространение именно правдивой, достоверной информации, несущей негативное значение для деловой репутации юридического лица.

Следует отметить, что в настоящее время достоверная диффамация существует весьма условно и как таковое появление ее, в качестве понятия в действующем юридическом поле, возможно только после того, как законодателем будет введена ответственность в любом из институтов, защищающих права, за подобный деликт.

Само определение «диффамация» по характеру родовых понятий, может и охватывает любой способ и характер распространения порочащих другое лицо сведений.

Довольно объемное определение диффамации дает В.В. Шабанов, подразумевая под ней:

«действие, направленное на причинение вреда чести, личной и семейной тайне, деловой репутации, имени и образу конкретного лица» .

Сразу же в полный рост встает отсутствие точного определения, какая именно информация относится к порочащей, за распространение которой следует подвергать наказанию т.к. ранее уже было указано на наличие правдивой диффамации, а согласно положениям закона, распространение именно правдивой информации, объективно показывающей действительное положение дел, даже если это наносит урон репутации юридического лица, не может быть подвергнуто наказанию. Следует указать и то, что сведения о личной жизни, семейной и о личности в частности, уже относятся к объектам защиты гражданского права и защита их имеет свои отличные способы и механизмы.

Согласно положениям Конституции РФ, а именно ст. 29, за гражданином закреплено право на свободу мысли и слова и таким образом, возникает момент, в котором оценочное субъективное суждение не может признаваться диффамационным деликтом, даже если в целом оно несет в себе признаки диффамации. Даже судебная практика не выработала как таковое однозначное понимание о распространяемой информации, является ли это умышленным фактом, распространения недостоверных сведений, либо имело место быть оценочная, несущая субъективный характер информация. В качестве примера приведем дело ООО «ТК «Оскол–Фрахт» (далее — общество) с иском к индивидуальному предпринимателю Н.И. Панченко (далее — предприниматель). Данное дело рассматривалось арбитражными судами, в исковых требованиях было указано требование признать содержащуюся на сайте [www.ati.su](http://www.ati.su): «не платят за перевозку по сроку» информацию, порочащей

деловую репутацию общества. Помимо заявленного иска о признании информации порочащей деловую репутацию и соответственно требования ее опровержения, истцом было заявлено требование о выплате со стороны ответчика компенсации в размере 100 тысяч рублей. Согласно судебным решениям судов 1 и 2 инстанции, в удовлетворении исковых требований было отказано, при чем поводом для отказа в удовлетворении иска послужили разные основания. Арбитражный суд Ростовской области 10 апреля 2013 г. свое решение мотивировал следующим: при проведении оценки содержания, имевшего место быть в оспариваемом сообщении, был сделан вывод, что в данном случае ответчик выражал личное субъективное мнение, которое в последствие было оспорено самим истцом в ответном сообщении на сайте [www.ati.su](http://www.ati.su) от 19 апреля 2012 г.. В данном сообщении, общество указало в качестве аргумента, то, что ответчик, будучи стороной договорных отношений, не до конца выполнил свою часть договора, а именно не предоставил оригиналы ТТН.

Таким образом, ранее изложенная ответчиком информация соответствовала действительности, по сколько сам факт неоплаты перевозки был подтвержден самим истцом в последствии и таким образом ответчик выражал личную субъективную оценку сложившейся ситуации, участником которой он являлся, с учетом того, существовал вопрос о правомерности его притязаний как таковых согласно букве заключенного договора.

Пятнадцатый арбитражный апелляционный суд и Федеральный арбитражный суд Северо-Кавказского округа, при рассмотрении жалоб по данному делу и также отказав в удовлетворении исковых требований, пришел к следующим выводам:

— утверждение, высказанное предпринимателем о неоплате перевозки являлось истинным на момент публикации;

— истец не доказал, что высказанное утверждение, действительно опорочило его деловую репутацию. Данная позиция некорректная. Со стороны истца должно было быть доказано следующее:

— факт наличия и распространения информации со стороны ответчика (в конкретном случае было доказано и не являлось предметом спора);

— наличие признаков, указывающих на заведомо порочащий характер распространенных сведений, а именно в данном случае они должны были содержать помимо сведений о самом юридическом лице, также сведений о допущенных им нарушениях законодательства, недобросовестности при осуществлении хозяйственной деятельности сведения, грубых нарушениях как деловой этики, так и сложившихся обычаев делового оборота, которые подчеркивали бы негативные последствия для лиц, желавших бы вести какую-либо деятельность с данным юридическим лицом.

Если же брать в расчет информацию, по конкретному данному делу, то мы имеем информацию о том, что оплата ни сколько не прошла совсем, сколько она не была произведена своевременно, что в свою очередь указывает на нарушение норм законодательства и принципе добросовестности предпринимательства и

таким образом в последовавшей переписке, истец сам разгласил сведения о себе, как о недостаточно добросовестном предпринимателе и таким образом каких-либо взаимосвязи причинно-следственного характера о наличие подобной информации и убытках, понесенных истцом не прослеживалось. Наличие сведений о неоплате поставки нельзя отнести к субъективным сведениям, поскольку они проверяемы как часть договорных отношений и последующей сделки. Отсюда вывод: «эти действия (достоверная диффамация) не являются правонарушением (деликтом), следовательно, не влекут применения юридической ответственности» .

Однако следует заметить, что Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» не оставило без внимания случаи, когда распространенные правдивые сведения порочат потерпевшего.

Как уже было сказано ранее, привлечь лицо за распространение порочащей информации, можно только в случае подтверждения факта распространения именно порочащей информации, с обязательным условием недостоверности данной информации, все это является обязанностью в сфере доказывания стороной истца. В современном мире, с уверенным лидированием по степени распространения и передачи информации сетью «Интернет», получение любым конечным пользователем любого объема информации, с любым содержанием, является делом долей секунды. Соответственно для любого недобросовестного пользователя сети, имеющего цель причинить вред репутации как делового лица, так и юридического, по сути это вопрос «нажатия нескольких клавиш».

С публикацией информации, несущей репутационный вред, связана также некоторая особенность:

на основании существующего положения Конституции РФ на свободу слова, за лицом сохраняется право на высказывание, но при этом право одного гражданина, не должно нарушать прав иных граждан. Таким образом, если ресурс на котором размещена информация, с порочащим содержанием имеет закрытый профиль и предназначен для ограниченного числа пользователей, то такая информация распространяется среди вполне определенного числа пользователей и является оценочно субъективной, не несущей в себе изначального умысла на причинение репутационного ущерба, другое дело, если данная информация получила распространение с ресурса, доступ к которому открыт для любого пользователя сети и таким образом получает распространение среди неограниченного количества пользователей.

Таким образом к ответственности может быть привлечен лишь тот владелец страницы, либо ресурса, который изначально предназначен для просмотра неограниченного круга лиц, т.к. по мимо ознакомления с данной информацией, при условия доступа без ограничения, у пользователя сохраняется возможность копировать данную информацию и распространять ее дальше. В судебной практике РФ уже есть решения о привлечении к ответственности за распространение информации, наносящей вред репутации юридического лица,

СМИ, в том числе и Интернет–СМИ, но в части удовлетворения именно финансовых требований, следует признать, что положительные решения судов встречаются крайне редко.

В виду того, что четкого, не дающего двойные толкования, понятия деловой репутации законодательно не закреплено, то юридическим лицам зачастую отказывается судами в удовлетворение требований о возмещение репутационного вреда, полностью, либо частично, что в свою очередь делает позицию юридических лиц в данном вопросе весьма слабой. При введение в Гражданский кодекс РФ нормообразующей константы, определяющей деловую репутацию в практике существенно облегчит вынесения судебных решений по делам о возмещение вреда, а также значительно облегчит участвующим сторонам бремя доказывания, лежащее на них согласно положениям вышеупомянутого ГК РФ.

Таким примером является случай частичного удовлетворения иска со стороны ООО «Чорон Даймонд» и Р.Ч. Ганди по отношению к ООО «ЛиК» и к редактору Интернет–газеты «В Якутии.ру» Е.Г. Тихоновой. Согласно мнению истцов, статья «Алмазная экспансия». АКБ Якутии завоеван иностранным капиталом», содержала сведения, не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию истцов. Согласно решению Арбитражного Суда Республики Саха (Якутия), иск подлежал частичному удовлетворению, на основании признания отдельных фраз статьи не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию истцов, в результате чего ответчики получили обязательство о выплате компенсации морального вреда истцам в сумме 100 000 рублей [25].

В 2015 году, ООО «Инфинити ФФ» инициировало в Арбитражный суд Москвы дело о защите деловой репутации в отношении телешоу «Ревизорро» телеканала «Пятница!». Данное дело было проиграно телеканалом в судах двух инстанций. ООО «Инфинити ФФ», принадлежала сеть из 12 ресторанов быстрого питания «Роял Бургер», основанием для подачи иска послужила информация представленная зрителям телеканала, озвученная в передаче «Ревизорро: неизданное 1». Ведущая данной передачи, в момент съемок в помещении одной из точек общепита сети, озвучила то, что в ресторане «травят людей машинным маслом», хлебобулочная и кондитерская продукция представляет собой просроченные продукты. ООО «Инфинити ФФ» пришло к выводу, что таким образом ведущая довела до неопределенного круга лиц информацию, порочащую деловую репутацию заведения.

АСГМ выразил согласие с доводами истца (дело № А40–41652/2015) [26]. Со стороны телеканала дважды предпринималась попытка оспорить данное решение в Девятом Апелляционном арбитражном суде и в Арбитражном суде Московской области, но данные попытки успехом не увенчались, иск заявленный истцом получил удовлетворение и телеканал был обязан к выплате почти 700000 рублей.

<sup>25</sup> Решение Арбитражного Суда РС (Я) от 14 декабря 2011 по делу № А-58-3684/11 – «СПС Гарант»

<sup>26</sup> Решение от 23 сентября 2015 г. по делу № А40-41652/2015 Арбитражный суд города Москвы (АС города Москвы) – «СПС Гарант»

В случаях связанных с сбором и закреплением доказательств, бремя которых лежит на истце, последний должен прежде всего доказать сам факт наличия подобной информации и ее распространения. Законодательно предусмотрены способы фиксации страниц сети «Интернет» поскольку последние по своей природе являются виртуальными и не будучи отраженными на материальном носителе, не могут быть представлены в суде в качестве доказательства. Закреплен следующий способ фиксации: совместно с нотариусом, страница осматривается, распечатывается на бумажном носителе и в последствии последний визирует составленный акт, подтверждая истинность представленного печатного материала. Следует учитывать то, что все действия следует совершать до момента подачи искового заявления, поскольку нотариус в силу положения ст. 102 Основ законодательства РФ, не вправе осуществлять помощь в сборе доказательств при гражданском иске, а также если дело рассматривается в административном порядке в любом ином органе, уполномоченном к рассмотрению дел данной категории. В виду того, что информация в сети «Интернет» в отличие от той, что представлена печатной периодикой и телевидением, не связана с обязательной фиксацией на любые предметные носители информации и может быть удалена в любой момент. В большинстве случаев она получает распространение путем публикации репостов, т.е. копирования изначального пакета информации и последующего публикации его на странице ресурса или пользователя, в любом случае, если информацию удалось зафиксировать, существует возможность отследить точку ее распространения и таким образом выйти на основного распространителя информации. Однако в данном случае возникает сложность с предоставлением информации со стороны интернет-ресурсов, поскольку существующие положения законов: «О защите персональных данных» и «СМИ»(в данном случае некоторые интернет-ресурсы проходят лицензирования и являются аккредитованными СМИ) позволяют разглашать информацию только в строго ограниченных законом случаях, предоставление информации для формирования и сбора доказательной базы к гражданскому иску, таким основанием не является. Подобный запрос мог бы быть направлен судом, разбирающим дел о защите деловой репутации, но в обязанности суда не входит обеспечение сбора доказательств сторон, это обязанность полностью лежит на истце и ответчике.

Подводя итоги , можно указать следующее:

1) Как видно из проведенного анализа судебной практики и законодательного поля, занимающегося обеспечением защиты репутации юридического лица, способы данной защиты далеки от совершенства. Многочисленные вопросы, касаемые как определения самой деловой репутации, так и диффамаций с ней связанных, не имеет полного освещения и подробного изложения в соответствующих нормах права, действующего на территории РФ.

В свою очередь это создает вполне очевидные проблемы которые ложатся прежде всего на судебные инстанции, вынужденные зачастую создавать прецеденты, в последствии отменяемые судами апелляции и кассации, а также и для самих истцов, которые будучи уверенными в нарушении своих прав, при

этом объективно неся убытки в результате возникшего репутационного риска, из-за размытости и нечёткости формулировок, не могут согласно бремя доказывания, представить доказательства своей правоты.

2) Особенным видом должно быть признано ответственность за распространение информации в мировой сети Интернета, с возможностью привлечения администратора ресурса, либо его собственника за публикацию недостоверных данных к административной, либо гражданской ответственности, здесь следует определить следующее, что административная ответственность должна наступать в случае распространения информации, умаляющей деловую репутацию, в случае если финансовых и иных последствий не наступило и таким образом на лиц, отвечающими за размещение контента в сети Интернет, в рамках своих рабочих обязанностей, ложится обязанность либо проверить доступными способами поступившую информацию, либо просто не публиковать вызывающие сомнения сведения.

3) Подобные дела усложняются определением ответчика, в виду того, что истец обязан самостоятельно собирать доказательную базу, а в случае с страницами социальных сетей, либо интернет-ресурсов, не всегда можно установить данные ответчика, которые требуется указывать в исковом заявлении. Для решения возникших вопросов, предлагается введение в Кодекс об административных правонарушениях, статью «Публикация и распространение информации, умаляющей репутацию юридического лица», разбив ее по пунктам, возложив решение вопроса о привлечение виновного лица к ответственности на Роскомнадзор, как орган имеющий в настоящее время максимально эффективный механизм получения информации о пользователях Интернета. Важнейшим в данном случае будет являться сама глобализация Интернета, который в большей степени вытесняет печатную периодику и в какой то мере замещает телевидение, но при этом современное российское законодательство, будучи объективно созданным в конце двадцатого века, крайне редко и неохотно принимает новые нормы, что весьма усложняет правоохранительную функцию государства в целом.

### 3. ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПО ДЕЙСТВУЮЩЕМУ ГРАЖДАНСКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РФ

#### 3.1 Основные проблемы защиты деловой репутации юридического лица

За любым лицом, физическим и юридическим, законом закреплено право требовать от иных лиц, оценки своей деятельности на основе анализа реальных действий и поступков, таким образом законом в положениях ст. 152 ГК РФ осуществлено охрана права личности и юридических лиц на существование объективной репутации, играющей немаловажное значение для общественной оценки.

Согласно положениям ст. 152 ГК РФ, а также иным нормам законодательства Российской Федерации, основным требованием к лицу, со стороны которого произошло распространение порочащих сведений, является незамедлительное удаление порочащей информации, либо публикация опровержения, но извинение как способ судебной защиты, в данных нормах отсутствует. На основании этого, в ходе проведенного судебного разбирательства, суд не может требовать от ответчика принесения извинений истцу в какой-либо форме.

Но при наличии заключенного между сторонами судебного разбирательства в деле о защите деловой репутации, либо чести и достоинства мирового соглашения, добровольно принятого сторонами, может быть вполне принято в качестве основного решения по делу. Как указано в п. 18 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 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 № 3), утверждение подобного мирового соглашения не нарушает прав и законных интересов других лиц и не противоречит закону, который не содержит такого запрета» [27]

Заявитель в праве требовать опровержения информации, которая расценена им как умаляющая его деловую репутацию как в судебном порядке, так и прямым обращением в СМИ, это право гарантировано п. 1,2 и 9 ст. 152 ГК РФ. Как таковое предварительное обращение с претензией к ответчику, в случае если это СМИ не носит обязательного характера и скорее являет собой вид мирового соглашения, действующего по формуле: вы опровергаете, либо удаляете – я не имею к вам претензий. Именно он чаще всего встречается на практике. Регламент опровержения подробно изложен в ст. 44 Закона о СМИ. На основании положений ст.ст. 43 – 45 Закона о СМИ, в случае необоснованного отказа в опровержение, либо нарушения сроков опровержения, за заявителем сохраняется и гарантируется право обращения в суд в отношении допустившего нарушения СМИ.

---

<sup>27</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень ВС РФ. –2005. –№ 3–с. 33 – «СПС Гарант»



Согласно разъяснениям, изложенным в п. 17 Постановления Пленума ВС РФ № 3:

«обязательством суда, в делах о защите деловой репутации, чести и достоинстве, является указание способа опровержения сведений, которые были признаны порочащими репутацию. Также в случае отсутствия у истца готового текста, с опровергающими сведениями, задачей суда будет являться подготовка такого текста для ответчика» [28]

Основная опасность, существующая для юридического лица, при появлении информации, содержащей порочащие сведения, особенно в условиях недостоверности представленных данных, это риск возникновения убытков и нарушения естественного порядка хозяйственной деятельности. Убытки возникают в связи с наступлением недоверия со стороны партнеров, клиентов и контрагентов, при этом наступившие убытки должны иметь реальный характер и наступить именно в связи распространением негативной информации. Обязанностью истца в данном случае, будет являться доказательства причинно-следственной связи между понесенными убытками и распространением недостоверных порочащих сведений. Имеет место быть пожалуй главная проблема в правоприменительной практике, а именно вопрос компенсации юридическому лицу нематериального вреда, сходного с своим функционалом с моральным вредом по отношению к физическому лицу.

Согласно п. 9 ст. 152 ГК РФ за гражданином наличествует право требовать компенсацию в вопросах касающихся защиты чести и достоинства, профессиональной и деловой репутации, предусмотренное также ст.15 ГК РФ где указано, что при возникновении реального ущерба и упущенной выгоды, истец вправе требовать возмещение убытков, для обеспечения компенсаторных действий полученного морального вреда. В силу п. 11 данной статьи деловая репутация юридического лица защищается по тем же принципам, что и деловая репутация гражданина, за исключением права требовать моральную компенсацию.

Данное положение, будучи принятым в окончательном виде в 2013 году, до настоящего момента служит предметом для юридической дискуссии, поскольку согласно правоприменительной практике, арбитражные суды, а также Конституционный суд РФ, допускают принципиальную возможность взыскания юридическим лицом финансовой компенсации за причинение репутационного вреда, однако сама практика показывает весьма противоречивую картину<sup>29</sup>[29, с.45].

В качестве аргументов, приводимых согласно нормам действующего законодательства, особенностями механизма защиты юридического лица, в вопросах касаемых репутационного вреда:

– защита юридического лица строиться на тех положениях, которые соответствует его юридической природе;

<sup>28</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень ВС РФ. – 2005. – № 3, – с.41– «СПС Гарант»

<sup>29</sup> Серебрякова А.В. Законодательство о юридических лицах: перспективы развития / Серебрякова А.В.// Налоговая проверка. - 2013. - № 5. – С. 45

- согласно природе юридического лица, определяемой действующим законодательством, вред ему причиненный является исключительно материальным и соответственно компенсации и возмещению подлежит только тот вред, который является имущественным и связан с непосредственными действием, либо бездействием из-за которого юридическое лицо понесло убытки, либо ему был причинен именно имущественный вред;
- не являясь живущим организмом, способным к высшей нервной деятельности, юридическое лицо не способно испытывать никаких страданий. Т.к. страдания связаны с негативными воздействиями и являются реакцией психики на эмоциональное воздействие;
- основная статья ГК, регламентирующая способы гражданской защиты права 12, не предусматривает взыскание репутационного вреда, равно как и иные нормативные акты, регулирующие данный вид отношений, т.к. юридическое лицо обладает правом только на компенсацию того вреда, который был получен на материальном уровне, благодаря распространению информации, за саму информацию, наказания как такого нет;
- юридическое лицо, являясь истцом, обладает правом на компенсацию только того вреда, который был получен в результате репутационного вреда, на сам же факт репутационного вреда искивые требования распространяться не могут.

В виду того, что значительная часть современной нормативно-правовой базы сложилась в конце 20 века, то в настоящее время можно наблюдать противоречивость определенных законодательных положений к текущему моменту. Достаточно большое количество нормативно-правовых актов не в полной мере отвечает выставляемым современным обществом условий, т.к. изменился уровень и темп жизни, сложились новые виды и принципы ведения хозяйственной деятельности и рыночной экономики. Так и получилось с вопросом, касаемым деловой репутации юридического лица, с одной стороны существует механизм защиты, с другой стороны, условия действия этого механизма не в полной мере отвечают превентивным требованиям, лежащим на законе.

Повторимся, возможность юридического лица подавать, а более того, получать возмещения по компенсаторным искам о репутационном вреде, существенно повысит уровень защищенности юридического лица от условий «нечистой игры» на рынке, а также позволит в должной мере противостоять недобросовестным государственным структурам [30,с. 8]

Следует понимать, что современное нам время, является временем массового и скоростного обмена информацией, любое неверно истолкованное, а более того, специально запущенное в массмедиа, либо в публичный сегмент Интернета, противоречие, несущее в себе отрицательный заряд для репутации юридического лица, способно значительно подорвать его конкурентоспособность на рынке и принести серьезнейшие убытки, нарушить сложившееся деловые связи.

---

<sup>30</sup> Шулепова Т.И. Рассмотрение дел о защите деловой репутации /Шулепова Т.И.// Арбитражная практика. - 2008. - № 11. - С. 8

В обозначенном выше ракурсе деловой репутацией считается: «положительная оценка деловых качеств участников делового оборота – коммерческих юридических лиц, некоммерческих юридических лиц, участвующих в предпринимательской деятельности, и граждан–предпринимателей» [31,с.108]

Разница между положительным и отрицательным значением деловой репутации уже показана и разобрана в рамках проведенной работы, можно указать что еще одним значением, или показателем восприятия со стороны третьих лиц является то, что по наличию положительной, либо отрицательной деловой репутации идет суждение о стабильности юридического лица, что соответственно также формирует степень доверия со стороны.

Следует сказать о проблематике определения объекта судебной защиты, поскольку деловая репутация, являясь производной от действий юридического лица, не может быть конечной, а является динамической составляющей. Сама же организация, являясь субъектом процесса о защите деловой репутации, осуществляет защиту именно положительной репутации, т.е. своего нематериального актива, являющегося немаловажным условием для получения прибыли или успешного ведения иной деятельности.

Таким образом в ходе судебного разбирательства возникает необходимость решения следующих вопросов: имеет ли право истец на наличие у него положительной деловой репутации, которую он защищает в суде, каким именно способом может быть восстановлена его деловая репутация, вопрос компенсации полученного юридическим лицом ущерба, в результате умаления деловой репутации.

К приведенным ранее примерам действий, в результате которых наносится вред деловой репутации юридических лиц: как то публикация и распространения недостоверной либо ложной информации, как о самом юридическом лице, так и предлагаемом им продукте, либо услуге, использования отличительной, легко узнаваемой и получающей четкую идентификацию в обществе символики, с целью реализации продукта с заведомо худшими качествами, либо с целью введения в заблуждение, а также распространение информации, о публичной деятельности, ранее скрываемой либо охраняемой самой организацией с использованием режима служебной и коммерческой тайны, т.к. распространение данной информации также способно причинить вред деловой репутации. Следует понимать, что в рамках действующего законодательства на территории РФ, не всякая информация о юридическом лице может быть по желанию последнего законным образом ограничена или полностью закрыта для ознакомления с нею третьих лиц. Важное теоретическое значение имеет вопрос опровержения порочащих сведений как объекта судебной защиты.

В данной работе уже приводились примеры из судебных решений в отношении СМИ. Как уже было показано, любым СМИ может быть распространена информация, содержащее в себе негативное значение для

---

<sup>31</sup> Дианина, Д.О. Деловая репутация юридических лиц/Д.О. Дианина // Вестн. Моск. ун-та МВД России. –2012. – С. 108

репутации юридического лица. В случае удовлетворения исковых требований делового лица в отношении СМИ и признания распространённой информации недостоверной, согласно положениям ст. 152 ГК РФ и ст. 43 и 44 Закона РФ «О средствах массовой информации», СМИ публикует опровержение данной информации, что по мнению законодателя восстанавливает ранее нарушенное право юридического лица на положительную деловую репутацию. Однако подобное опровержение сведений, не соответствующих действительности, не приведет к восстановлению деловой репутации юридического лица, по следующим причинам: восстановления деловой репутации до должного уровня может не произойти, т.е. неопределенное количество потребителей может приобрести устойчивое недоверие к юридическому лицу, информацию может получить меньшее количество пользователей, чем получило ранее, сама по себе публикация опровержения не возмещает полученные юридическим лицом убытки, в результате утраты положительного значения деловой репутации.

Таким образом в очередной раз возникает вопрос о материальной стороне возмещения ущерба, а именно о назначении материальной компенсации не только связанной с возмещением доказанных материальных ущербов, но и с самим фактом публикации недостоверной информации, т.к. таким образом возникает механизм превентивной защиты, который в настоящее время отсутствует.

Существует точка зрения, что юридическое лицо, как искусственно созданное образование, может обладать только теми правами, которые позволяют достигать ему тех целей для которых оно было создано и таким образом права физических лиц, в частности моральный вред и компенсация за его причинение не может быть соотнесены с юридическим лицом. Данный подход представляется сомнительным, поскольку специальными целями любого юридического лица, является либо получение прибыли, путем реализации продукта, либо услуги и таким образом наличие положительной репутации позволяет максимально достигать поставленной цели существования самого юридического лица, что подводит к вопросу о введении в правовое поле действующего законодательства определений как деловой репутации, так и репутационного риска, соотнося их с моральным вредом, но в особенной форме для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Т.к. в настоящее время к юридическому лицу не может быть отнесен термин морального вреда, в виду того, что оно не способно по своей природе к моральным страданиям и таким образом единственным способом защиты от распространения информации или сведений, несущих в себе репутационные риски является судебная защита в качестве требования опровержений информации, либо компенсация понесенных убытков, в результате распространения данной информации. Таким образом и возникает необходимость в законодательном утверждении термина репутационного вреда с соответствующим соотношением его с моральным вредом, как способом материальной защиты права юридического лица на положительную репутацию.

Если в нормах права регулирующих защиту деловой репутации будет введен репутационный вред с возможностью получения материальной компенсации, то это только повысит превентивную функцию гражданского законодательства, поскольку будет служить мерой изначального предупреждения от совершения деликта, что в свою очередь опять же позволит более четко ограничивать суть нарушения для судебного разбирательства, составляя более полную, объективную картину нарушения.

Как таковой репутационный вред, с позиции доказывания, несоизмеримо легче вреда морального, поскольку деловая репутация относится к нематериальным активам организаций и является предметом учета, соответственно определить сумму материальной компенсации, да и сам факт нарушения, который в большинстве своем связан с распространением информации путем публикаций, несоизмеримо легче, в сравнении с моральным.

Можно сделать следующий вывод:

- 1) Следует оформить вывод из вышесказанного: самостоятельным механизмом защиты деловой репутации юридического лица, помимо положений прописанных в ст.ст. 15 и 152 ГК РФ, должна стать и компенсация репутационного вреда, так как причиненный вред является следствием умысла и искажает объективную общественно–социальную оценку субъекта, как участника гражданских отношений.
- 2) В настоящее время основным способом защиты репутации деловых лиц, являются положения, предусмотренные ст.15 и 152 ГК РФ, а именно опровержение порочащих сведений и возмещение понесенных убытков. Прежде всего они направлены на восстановление попорченной репутации и возвращению ее в первоначальное состояние, но при этом если проводить объективный анализ, не в полной мере последующее опровержение может восстановить деловую репутацию, поскольку у респондентов и получателей информации, может остаться негативное восприятие, с учетом скептического отношения к опровержениям. Правовой механизм, обеспечивающий защиту нематериальных благ и неимущественных прав, давно уже нуждается в обновлении, путем привнесения в него превентивного способа защиты, в виде четко определенного возмещения репутационного вреда, который в отличие от достаточно трудно доказуемого морального вреда, подлежит оценочным действиям.

### 3.2 Компенсация вреда, причиненного деловой репутации юридического лица

Вред, сам по себе является крайне сложной правовой конструкцией, определяющей изменение во благе, которое охраняется законом. Как таковой вред, как юридическое явление, своим причинением создает условие возникновения юридической ответственности у правонарушителя, при этом только в случае причинения его потерпевшему, позволяет начинать последнему процедуру защиты. По своему способу причинения, может быть причинён всем субъектам гражданских правоотношений, при чем в отношении всего спектра имущественных и неимущественных благ, прав.

Являясь сложной конструкцией, вред обладает определёнными свойствами, если взять его способность воздействия на юридическое лицо и его репутацию, то можно легко определить, что в случае причинения самому юридическому лицу, не в каждом случае это будет влиять на его репутацию, а вот в случае причинения ущерба самой деловой репутации, то так или иначе, прямо или опосредованно, это причинит вред и самому юридическому лицу. Если подобный вред причинен в форме убытка, то он возмещается согласно положениям ст. 15 ГК РФ. Но тут следует учитывать, что как таковой убыток при причинении ущерба деловой репутации может и не быть, а вот нематериальный вред наступает априори. Механизма защиты предусмотренного ст. 152 ГК РФ, в виде опровержения порочащей информации, в настоящее время являющегося главным способом защиты, зачастую не хватает для того, чтобы восстановить деловую репутацию в прежнем состоянии, покрыть причиненный вред и возложить соизмеримую ответственность. Для обеспечения превентивной функции правового механизма, обеспечивающего неприкосновенность права на незапятнанность деловой репутации, в практике арбитражных судов предусматривается возможность назначения компенсаторных выплат за вред, причинённый репутации юридического лица.

Сама по себе компенсация вреда, причиняемого деловой репутации является самостоятельно наработанным судебной–арбитражной практикой РФ способом наиболее адекватной способом противодействия распространению порочащих сведений, в том случае, когда они изначально и действительно являются лживыми и направленными на причинение репутационного ущерба. В какой то мере, данный способ является отсылкой к ст. 151 ГК РФ, служа неким аналогом морального вреда, но в силу сложившейся традиции и существующей буквы закона, данное положение относится только к физическим лицам. Рассматриваемый аспект компенсации, включает в себя несколько функций: «главнейшей ее задачей является восстановление умаленной деловой репутации, при помощи финансового взыскания, а также на виновное лицо накладывается гражданско-правовая ответственность, путем назначения определенных денежных сумм и таким образом реализуется превентивная функция права в данной области» [32, с.8]

<sup>32</sup> Федоров П.Г. Деловая репутация юридического лица и ее защита/ П.Г. Федоров // Юрист. - 2012. - N 11. – С. 8

Сама по себе принципиальная возможность осуществления подобного взыскания, предусматривается правовой позицией Конституционного суда РФ, о которой уже упоминалось ранее, изложенной в определении от 4 декабря 2003 г. № 508–О: «Применимость того или иного конкретного способа защиты нарушенных гражданских прав к защите деловой репутации юридических лиц должна определяться исходя именно из природы юридического лица. При этом отсутствие прямого указания в законе на способ защиты деловой репутации юридических лиц не лишает их права предъявлять требования о компенсации убытков, в том числе нематериальных, причиненных умалением деловой репутации, или нематериального вреда, имеющего свое собственное содержание (отличное от содержания морального вреда, причиненного гражданину), которое вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения (пункт 2 статьи 150 ГК РФ). Данный вывод основан на положении статьи 45 (часть 2) Конституции Российской Федерации, в соответствии с которым каждый вправе защищать свои права и свободы всеми способами, не запрещенными законом».

Выше обозначенная позиция предусматривает, что на суды ложиться обязанность выяснять о самом наличии причиненного вреда репутации юридического лица в ходе распространения информации, имеющей не соответствующий действительности характер, имело ли место распространение как таковых данных сведений в представляющих собой репутационный вред, установить и оценить сам факт причинения ущерба, подлежит ли он компенсации, установить рациональность использования того или иного законодательного положения, регулирующего сложившуюся ситуацию, для принятия оптимальнейшего решения в рамках действующего законодательства. Таким образом вопрос о компенсации причинённого деловой репутации, по основным признакам вполне соответствует требованиям, предъявляемым при установлении факта причинения морального ущерба в силу распространения недостоверной информации в отношении физического лица. (п. 9 ст. 152 ГК РФ). Для изучения вопроса о применении судебной практики федеральными арбитражными судами, коснемся непосредственной практики в частности ФАС Волго–Вятского округа, а также иных арбитражных судов РФ, рассмотрение существующей практики прежде всего поможет в выработке способов усовершенствования законодательных актов, регулирующих вопрос защиты деловой репутации юридического лица, а также для обобщения практики Высшего Арбитражного Суда РФ по вопросу исследуемой компенсации. Изначально ФАС Волго–Вятского округа руководствовалось принципом действующего законодательства, не предусматривающего в своей букве, каких–либо компенсаторных выплат для юридического лица, если данные выплаты не были соотнесены с убытками понесенными юридическим лицом в результате противоправных действий, связанных с умалением деловой репутации.

Ярко выраженным примером подобного процессуального решения служит постановление от 21 января 1998 г. по делу № 539/5, в котором отказ в удовлетворении исковых требований обоснован приведением вполне логичных юридических заключений: «Исходя из смысла статьи 151 Гражданского кодекса Российской Федерации моральный вред (физические и нравственные страдания) может быть причинен только гражданину, но не юридическому лицу. Поэтому оснований для удовлетворения этого требования у суда не было. Поскольку требование истцом изложено неточно (компенсация за нанесенный ущерб), суд обоснованно сослался на отсутствие доказательств возникновения ущерба». В последующем постановлении уже от 24 декабря 1998 г. по делу № А29–1414/98 указывалось, что действующее законодательство не предусматривает как таковую компенсацию по моральному вреду для юридических лиц.

В свете обозначенной информации, интересным представляется решение Арбитражного суда Нижегородской области, принятое в 2005 г. по иску ОАО «Волга» к редакции общественно–политического еженедельника «Ленинская смена» и ООО «Газета «Ленинская смена», в котором со стороны истца были выдвинуты требования к ответчикам не только об опровержении информации за распространение информации умаляющей деловую репутацию, но и взыскания компенсации в размере 1 миллиона рублей.

Решение по данному иску было вынесено 14 июня 2005 г., в последствии при апелляции, оно было оставлено без изменения 6 сентября 2005 г., иск удовлетворен. В постановлении в части ответчик был обязан к публикации опровержения в ближайшем номере, а также выплатить в пользу истца компенсацию в размере 100 000 рублей.

Согласно решению ФАС Волго–Вятского округа по делу № А43–5790/2005–4–127 от 8 декабря 2005 г., ранее принятые решения нижестоящих судов, были оставлены без изменений, в удовлетворении требований ответчика было отказано.

В ходе разъяснения принятого решения по вышеуказанному делу, со стороны ФАС Волго–Вятского округа было получено разъяснение по вопросу, касаемому возможности материальной компенсации для юридических лиц в делах по защите репутации, а именно: «Согласно пункту 5 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации (действующей на тот момент редакции. Прим автора) гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

В пункте 7 этой же статьи Кодекса предусмотрено, что правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

В пункте 2 статьи 150 Кодекса предусматривается возможность использования при защите нематериальных благ любого способа, названного в статье 12 Гражданского кодекса Российской Федерации, а также иных способов, установленных Кодексом и другими законами, если существо нарушенного



нематериального блага и характер последствий этого нарушения допускает такую защиту». Таким образом, как видно, до изменения ст. 152 ГК РФ, произошедшего в 2013 году, арбитражные суды допускали возможность присуждения юридическим лицам компенсации по искам, связанным с защитой деловой репутации за причинении вреда, схожего с моральным. Теперь же рассмотрим каким образом изменилась ситуация после 2013 года.

Рассмотрим решение Арбитражного суда г. Санкт–Петербурга и Ленинградской области от 11 ноября 2015 г. по делу № А56–58502/2015. По обстоятельствам самого иска, сутью дела являлась публикация на сайте издания «М» статьи, в которой был упомянут один из известных российских университетов в контексте того, администрация данного учебного заведения нарушает ст. 28 Конституции РФ. Со стороны университета был заявлен иск, цену которого университет установил в размере 1 000 000 рублей, поскольку подаваемая информация, по мнению администрации университета, наносила вред как деловой репутации учебного заведения, так и осуществляемой им хозяйственной деятельности. В частности в требованиях было заложено обязать администрацию сайта опубликовать опровержение, а также удалить всю информацию о данной публикации. В качестве доказательной базы, был предоставлен за протоколированный осмотр страницы в Интернете, с вышеуказанной информацией. Судом первой инстанции было вынесено решение об частичном удовлетворение иска, поскольку размещённая информация была признана порочащей деловую репутацию и ответчик был обязан опубликовать опровержение, а также удалить негативную информацию, а вот в удовлетворение финансовых требований, было отказано на основании положений п. 11 ст. 152, п. 1 ст. 1064 ГК РФ, т.к согласно мнения суда, за юридическим лицом сохраняется право на материальную компенсацию в случае причинения имущественного ущерба, присуждение же нематериального вреда исключено положением существующего законодательства.

В результате апелляции учебное заведение отменило принятое решение и добилось взыскания с редакции вышеуказанной суммы в качестве компенсаций вреда – постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 1 февраля 2016 г. № 13АП–32346/15. Позиция суда выразилась во мнение, что юридическое лицо было в праве требовать материальной компенсации нематериального вреда в условиях деликтной ответственности ответчика, т.к. редакция осуществила следующий набор действий:

- разместила на общедоступном ресурсе в Интернете информацию, признанную недействительной и порочащей деловую репутацию истца.
- распространила данную информацию среди неограниченного количества пользователей сети, которые получили к ней свободный доступ

В связи с этим, требования заявленные истцом, по мнению суда, являются обоснованными и таким образом материальный иск также подлежит удовлетворению. А вот в ходе рассмотрения поданного уже редакцией, кассационной жалобы, Постановлением Арбитражного суда Северо–Западного округа от 13.04.2016 г. № Ф07–1147/16, было отменено последнее решение и

оставлено в силе только первоначальное. В данном случае позиция суда заключалась в том, что со стороны университета не было доказано наступление материальных убытков, либо иных отрицательных последствий. Завершением данного спора является определение СК по экономическим спорам ВС РФ от 18 ноября 2016 г. № 307–ЭС16–8923. В рамках данного определения судом было отмечено, что несмотря на отсутствие в ст. 152 ГК РФ пункта, указывающего на возможность взыскания компенсаций за нематериальный вред в отношении юридического лица, это не мешает ему заявлять требования о возмещении вреда, причиненного репутации (Определение КС РФ от 4 декабря 2003 г. № 508–О). Но в данном случае со стороны юридического лица, в свете заявленного иска, должна быть предоставлена доказательная база, указывающая на наступление убытков в силу умаления деловой репутации, утраты конкурентоспособности, нарушения нормального течения хозяйственно–предпринимательской деятельности и т. д.

Сам факт распространения данной информации не всегда несет за собой наступление вышеуказанных последствий и таким образом для принятия решения о том, имело ли место причинения ущерба деловой репутации истцу необходимо доказать следующее: имеет ли место быть положительная репутация в сфере основного достижения цели, факт наступления отрицательных последствий и возникших в связи с этим убытков, а также их причинно–следственную связь и пожалуй самый сложный момент– доказать утрату или снижение доверия к юридическому лицу со стороны иных лиц.

В вышеуказанном случае со стороны университета было доказано только то, что информация, наносящая репутационный вред действительно имела место быть и действительно получила распространения, но вот доказать причинения ущерба в ходе распространения данной информации, а также доказать потерю репутационной и конкурентной способности не удалось, в связи с чем окончательным решением было отказать в удовлетворение именно финансовых требований. Также в решения суда было указано следующее, что так как динамика финансового ущерба не получила обоснованного подтверждения, то установить справедливую сумму компенсации не представляется возможным.

В апреле 2016 года ЗАО «Роснефть» обратилось в Арбитражный суд Москвы с иском о защите деловой репутации в отношении медиа–холдинга РБК (№ А40–97503/2016), в частности о взыскание в пользу истца 3 120 000 000 рублей, за публикацию статьи «Сечин попросил правительство защитить «Роснефть» от ВР». В ходе судебного разбирательства был проведен аудит «Центр профессиональной оценки», который показал, что ЗАО «Роснефть», каких–либо финансовых потерей не понесло и таким образом пыталось взыскать не реально возникший ущерб, а всего лишь риск его возникновения. Итовым же решением стало примирение сторон, в результате подписание мирового соглашения.

Интересным представляется решение Арбитражного суда Поволжского округа, по делу от 7 февраля 2017 г. № Ф06–16762/2016, по факту заявленного иска со стороны бюджетного учреждения в адрес информационного агентства, о

признание не соответствующей действительности и порочащей деловую репутацию статью размещенную на сайте информационного агентства, в которой указывалось на то, что учреждение проводит недобросовестные аукционы, которые выигрывают лица, близкие к руководителю.

В виду того, что данная информация получила объективное подтверждение со стороны ответчика, а именно издание предоставило ответы из антимонопольной службы, управления экономической безопасности и противодействия коррупции и прокуратуры, то судом было отказано в удовлетворение исковых требований на следующих основаниях: за юридическим лицом сохраняется право на признание информации не являющейся действительной, а также на опровержение данной информации, а также на защиту деловой репутации, но в данном случае, согласно позиции Верховного суда РФ, изложенной в пункте 7 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденного Президиумом ВС РФ 16.03.2016, информация опубликованная ответчиком соответствовала действительности, а возникший репутационный ущерб связан с непосредственными действиями самого руководства учреждения, которое проводило неконкурентоспособные аукционы.

Если подвергнуть анализу смысл приведенных норм, то видна логика судей, в рассуждениях которых прослеживается буквально следующее: умаление репутации юридического лица, не лишает само юридическое лицо права на выдвижение компенсаторного иска, более того право подачи иска как такого, закреплено за любым лицом в положениях Гражданского кодекса и иск как таковой должен рассматриваться не только сообразно положений, закреплённых в ст. 152 ГК РФ, но и согласно иных норм, предусмотренных законодательством. В данном случае решением суда выносятся на основе исследования всех обстоятельств, определения действительного события нарушения права и установления виновности как таковой правонарушителя. обстоятельства. Окончательно обозначил данный вопрос "Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017)" , в котором на сегодняшней день полностью приведен весь алгоритм действий со стороны юридического лица по защите деловой репутации, в частности окончательно утверждена позиция Верховного суда о том, что ущерб деловой репутации находится в прямой зависимости от получаемой прибыли.

Таким образом, на основании вышеприведенных примеров и разбора самой сути вопроса возникает следующий вывод: положение ст. 152 ГК РФ, как и иные нормы гражданского кодекса, в настоящее время не позволяют в должной мере определить ни суть ущерба деловой репутации юридических лиц, ни опять же рассчитать компенсацию данного ущерба. Существующая юридическая коллизия в виде признания со стороны Конституционного суда от № 508–О, права юридического лица на взыскания ущерба причиненного деловой репутации, утыкается в не сформированность окончательного определения о сути самой репутации и обозначения ее правовой природы.

В заключение можно сделать следующие обобщающие выводы:

1. Современная практика арбитража, позволяет указать на то, что судами вполне допускается возможность присуждения выплат по компенсациям вреда деловой репутации юр.лиц
2. Принятие положительного решения для юридического лица в данном случае зависит от его способности предоставить доказательства удовлетворяющие общие требования о защите деловой репутации.
3. Присуждение компенсации, по сути своей не будет являться компенсацией именно репутационного вреда, а будет являться компенсацией по полученному финансовому ущербу и соответствующей упущенной выгоде

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время вопрос касаемый природы деловой репутации и ее защиты является дискуссионным. До момента определения полных свойств деловой репутации, окончательного отнесения ее к конкретной юридической видовой группе, право юридического лица на защиту ее, остается весьма не сформированным. Отсутствие толкования деловой репутации на уровне законодательства не позволяет установить четкие критерии оценки нанесённого ей ущерба. Существующие характеристики указывают только на наличие причинённого прямого вреда, выразившегося в моментальном уменьшение получаемой выгоды, нарушение привычного хода хозяйственной деятельности, но при этом не поднимается и не рассматривается вопрос того, что причиненный ущерб может быть растянут во времени и наступить позже, после окончания срока дающего права на подачу иска и доказать в данном случае необходимость продления сроков исковой давности, либо их восстановление будет почти невозможно.

С точки зрения представленной практики, с вопросом о самом нарушении, составляющем недостоверность информации и ущербом для деловой репутации, суды справляются достаточно легко, поскольку при правильном представлении доказательств, определить умаление деловой репутации не представляет особого труда. Вопрос же о компенсации ущерба представляется возложить на суды, дополнив соответствующими положениями как ст.15, так и ст. 152 ГК РФ

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно проведённому исследованию, было установлено, что деловая репутация по своим основным составляющим признакам относится, согласно своей природе, к неимущественным характеристикам организации, но при этом подлежит оценке и соответственно может быть отнесенной к материальным благам.

Исследованная юридическая литература, посвященная данному вопросу, существующие нормативно–правовые акты, а также судебные решения, позволяют установить, что проблема определения деловой репутации как таковой, равно как и решение вопроса ее надлежащей защиты стоит достаточно остро. С каждым годом количество заявлений поданных в арбитражные суды неуклонно растет, что говорит о желании юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, оставаясь в правовом поле, осуществлять защиту своей репутации, как добропорядочных участников гражданско–правовых и экономических отношений.

Если принимать в расчет существующие способы защиты деловой репутации, то стоит признать, что эффективность их как таковая невысока, возьмем опровержение – возможность донести его до всего круга заинтересованных лиц возможно только в случае непосредственной рассылки им данной информации, при этом возможность с точки зрения психологии, встречного воздействия опровержения на ранее усвоенную негативную информацию крайне низок, в виду субъективизма при восприятии информации. Право на ответ, обладает схожими с опровержениями минусами, за исключением, что может вызвать интерес у респондентов информации и таким образом получить распространение, за счет ярко выраженной эмоциональности в подаче, т.к. по большей части будет создаваться при соответствующем эмоциональном состоянии.

Удаление информации из сети «Интернет» может и является также самостоятельным способом защиты репутации, со стороны юридического лица. В отличие от опровержения, он прежде всего служит возможностью прекратить распространение негативной информации путем прямого удаления ее с виртуальных и физических носителей. И если в данном случае опровержение служит восстановлению репутации, то удаление информации служит защитным действием предотвращающим нарушение права.

Для оптимизации сложившейся ситуации, предлагаются следующие решения:

- для начала необходимо дать определение деловой репутации, которая в последствии должна получить закрепление в нормах гражданского права, а именно: деловая репутация юридического лица: общественно значимая оценка суммированных показателей ведения как коммерческой, так и иной основной деятельности коммерческих и некоммерческих юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей, оказывающая непосредственно влияние на способность участие вышеуказанных лиц в общественных отношениях в полном

объеме, а также на их имущественное и социальное положение в системе гражданско–правовых отношений

– ст. 46 Закона РФ «О СМИ» не предусматривает варианта распространения информации, при котором требуется опровержение, либо публикация ответа и таким образом позволяет более развернуто понимать публикации, содержащие порочащие сведения. Ст. 152 ГК РФ, для обеспечения ей более вариативного варианта защиты права можно дополнить самостоятельным абзацем, следующего содержания: юридическое лицо вправе требовать публикацию ответа не только в случае ущемления его права и законных интересов, но и в случае, если они не соответствуют действительности.

– юридическое лицо, согласно своей природе не может испытывать какого–либо моральных и нравственных страданий, не относясь к объектам живой природы, а являясь конечным продуктом высшей нервной деятельности, но при этом способным испытывать ущерб от вреда в следствии распространения порочащей информации, ибо иных действий, снижающих степень доверия со стороны как лиц(физических и юридических) находящихся в прямых отношениях, так и общества в целом. В связи с этим, в ст. 151 ГК РФ, необходимо ввести определение репутационного вреда, под которым будет пониматься буквально следующее:

– спонтанные либо умышленные действия, в результате которых получила распространения информации, имеющая отрицательное значение для деловой репутации юридического лица, в силу своей недостоверности, умышленного искажения, либо ложности, а также использования узнаваемой символики или иных атрибутов юридического лица при распространение какого–либо продукта, заведомого худшего качества, чем предлагаемого юридическим лицом. Таким образом из ст. 152 ГК РФ, в пункт11 убирается фраза «...за исключением положений о компенсации морального вреда»;

– п.1 ст. 152 ГК РФ дополнить фразой «....по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, либо признания противоправными и соответственно прекращения действий, в результате которых возникли репутационные риски...», в данном случае более развернутого определения не требуется, поскольку под данными действиями будет пониматься либо изготовления и реализация продукта либо товара с признаками контрафакта, либо действия с атрибутикой юридического лица, в результате которого у потребителя и иных лиц, создаётся искаженное отрицательное восприятие, оба приведенных примера подразумевают под собой прямой умысел, направленный на достижение собственных целей.

– предлагается ст. 15 Гражданского кодекса РФ дополнить пунктом 3 следующего содержания: «Компенсация морального и репутационного вреда по каждому конкретному правонарушению, в зависимости от его общественной опасности и ценности нарушенного нематериального блага». Это позволит детально разбирать суть совершенных действий, определяя имело ли место умаление деловой репутации, а по установлению данного факта определить его существенность для репутации , путем анализа предоставленных доказательств

сторонами. Предлагаемы пути решения существующей проблемы деловой репутации юридических лиц, направлены прежде всего на снижение субъективизма со стороны судейского аппарата при рассмотрении дел данной категории, введение единообразности при рассмотрении указанных дел, а также на повышение степени правовой защищенности юридического лица от репутационных рисков.

– в качестве деликтов определить не только публикацию и распространения информации, порочащей деловую репутацию, но и иные действия наносящие вред репутации юридического лица, как использование товарных символов и знаков, или иных признаков, позволяющих точно идентифицировать субъекта предпринимательско –хозяйственной деятельности, при реализации товара заведомо худшего качества, либо использования их в недобросовестной рекламе иного субъекта предпринимательской деятельности

– некорректное сравнение деятельности хозяйствующих субъектов, незаконное получение и разглашение информации, представляющей коммерческую ценность, т.е. использование всех действий в отношении юридического лица, которые по итогу их окончания нанесут ущерб деловой репутации и «доброму имени».

– для устранения вопроса субъективности мнения об умалении деловой репутации юридического лица, предлагается назначения лингвистической экспертизы в случае публикации, распространения порочащей информации, или использования символики, выразившимся в последствии в негативном восприятии юридического лица, в СМИ и сети Интернет и у всей массы получателей, либо экономической экспертизы, в случае реализации контрафактной продукции, либо использования торговой марки, для определения возможных убытков от недополученной прибыли.

– решение же о назначении материальных компенсаций, при рассмотрении исков о защите деловой репутации, предлагается оставить за судом.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации. Принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 года (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)) // Российская газета – 1993 – 25 декабря.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: от 30 ноября 1994 года № 51–ФЗ (с изм. от 22.06.2017 № 16–П) // Российская газета – 1994 – 8 декабря.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: от 26 января 1996 года № 14–ФЗ (с изм. 29.07.2018 № 225–ФЗ) // Российская газета. 1996. – 6 февраля
4. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124–1 (ред. от 06.06.2019) «О средствах массовой информации» от 01.05.2019 № 89–ФЗ, от 06.06.2019 № 131–ФЗ, с изм., внесенными Постановлением КС РФ от 17.01.2019 № 4–П// «СПС Гарант»
5. Определение Конституционного Суда РФ от 4 декабря 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» // Вестник Конституционного Суда РФ. –2010. – № 3. –С.29
6. Определение СК по экономическим спорам ВС РФ от 18 ноября 2016 г. № 307–ЭС16–8923//– «СПС Гарант»
7. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16 марта 2016 г.)// – «СПС Гарант»
8. «Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017)» (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.02.2017) (ред. от 26.04.2017) «Нематериальные блага и их защита»// – «СПС Гарант»
9. Постановление ФАС Уральского округа от 11 августа 2006 г. по делу № А79–2305/2006. // – «СПС Гарант»
10. Постановление ФАС Московского округа от 30 ноября 2007 г. по делу № А43–34385/2006–15–691. // – «СПС Гарант»
11. Постановление ФАС Волго–Вятского округа от 11 июня 2008 г. по делу № А79–5084/2007. // – «СПС Гарант»
12. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 № 3. «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // – «СПС Гарант»
13. Постановление Федерального арбитражного суда Северо–Кавказского округа от 5 февраля 2010 г. по делу № А32–6861/2008 // – «СПС Гарант»
14. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 1 декабря 1998 г. № 813/98 // – «СПС Гарант»
15. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 1 февраля 2016 г. № 13АП–32346/15// – «СПС Гарант»



16. Решение Арбитражного Суда РС (Я) от 14 декабря 2011 по делу № А–58–3684/11 // – «СПС Гарант»
17. Решение Арбитражного суда Поволжского округа, по делу от 7 февраля 2017 г. № Ф06–16762/2016// – «СПС Гарант»
18. Решение Арбитражного суда Москвы по делу № А40–97503/2016 // – «СПС Гарант»
19. Абдрахманов М.Х. Вред имуществу и деловой репутации как основание для признания юридического лица потерпевшим по уголовному делу/ М.Х. Абдрахманов // Вестник Омского университета. Серия «Право». 2008. № 1 (14). – 210 с.
20. Агарков, М.М. Деловая репутация юридического лица и ее защита/ М.М. Агарков // Юрист. – 2012. – № 12. – С. 51–52
21. Апрыткина, Г.С. Защита деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей / Г.С. Апрыткина, Е.Г. Кислицын // Закон – 2007 – № 7– С. 105
22. Аухатов, А.Я. Российское законодательство в области гражданско–правового регулирования юридических лиц/ А.Я. Аухатов // Журнал российского права. – 2013. – № 7. – С. 111
23. Белов, О.А. Практика применения Гражданского кодекса РФ, части первой. / О.А. Белов // –М.: – Юрайт, 2011. – С. 418
24. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал. / Э. Брукинг //СПб.: Проспект, – 2011. – С. 111
25. Власов, А.А. Проблемы судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации./ А.А. Власов //М.:Просвещение, – 2000.С.15–23
26. Быков, П.О. Правовая защита деловой репутации юридических лиц / П.О. Быков // Налоги и налоговое планирование. – 2012– № 2. – С. 535
27. Гапоненко, А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал./ А.Л. Гапоненко, Т.М. Орлова // – М.: РГ Пресс, – 2011. – С. 134
28. Гаврилов, Е.В. Проблема наименования нового способа судебной защиты деловой репутации юридических лиц от диффамации / Е.В. Гаврилов // Вестник Российской правовой академии. – 2009. – № 1. – С. 235
29. Сергеев, А.Н. Гражданское право: Учебник. В 3 т. Т. 3 / Под ред., Ю.К. Толстого. – М: ТК Велби, Изд–во Проспект, – 2006. – 592с.
30. Дианина, Д.О. Деловая репутация юридических лиц/ Д.О. Дианина // Вестн. Моск. ун–та МВД России. – 2012. – 108с.
31. Забегайло, Л.А. Современные гражданско–правовые способы защиты деловой репутации юридического лица / Л.А. Забегайло // Право и экономика – 2012. – № 5.– 20 с.
32. Заман, А.К. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / Пер. с англ. Ю. Кострубова.// – М.: РГ Пресс, –2012 – С. 732
33. Малеина, М.Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита./ М.Н.Малеина // М.:Прогресс, –2000. – С.136–137

34. Малеина, М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя / М.Н. Малеина // Законодательство и экономика. – 2003. – № 24 – С 345
35. Нуждин, Т.А. О совершенствовании гражданского законодательства о юридических лицах / Т.А. Нуждин // Право и экономика. – 2012. – № 6. – С. 130
36. Нуждин, Т.А. Регламентация нематериальных благ юридического лица в отечественном гражданском праве (историко–правовой анализ) / Т.А. Нуждин // Гражданин и право. – 2012. – № 7. – С. 140
37. Олифиренко, С.П. Доказывание морального вреда и вреда, причиненного деловой репутации юридического лица, в уголовном судопроизводстве: Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Челябинск, – 2009. – 895 с.
38. Понятие чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами / под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского М.:ЭлПресс, – 2004. – С. 35.
39. Потапенко, С.В. Правовая позиция Верховного Суда РФ по диффамационным спорам/ С.В. Потапенко// «Судья».– 2005.–№ 4
40. Певницкий, С.Г. Некоторые аспекты защиты чести, достоинства и деловой репутации лиц при использовании СМИ материалов деятельности правоохранительных органов/ С.Г. Певницкий // Адвокатская практика. М., – 2006. – № 1. – С. 23.
41. Пешкова, О.А. Защита деловой репутации и других нематериальных благ юридических лиц / О.А. Пешкова // Научные труды. Российская академия юридических наук. Вып. 4. Т. 1. М., –2004. – С. 945
42. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь./ Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева // – М.: РГ Пресс, – 2010. – 125 с.
43. Резник, Г.М. Честь. Достоинство. Деловая репутация: споры с участием СМИ./ Г.М. Резник, К.И.Скловский // – М.: РГ Пресс, –2006. – 302 с.
44. Сергеев, А.П. Гражданское право: учебник. В 3–х т. Т. 1 / – М.: РГ Пресс, – 2013. – 1008 с.
45. Серебрякова, А.В. Законодательство о юридических лицах: перспективы развития // Налоговая проверка. – 2013. – № 5. – С. 60
46. Садикова, О.Н. Гражданское право. Учебник. Том 1 / О.Н. Садикова // под ред.. М.: Контракт, –2012. – 197 с.
47. Сошникова, А.К. Деловая репутация: гражданско–правовые и экономические аспекты / А.К. Сошникова // Корпоративный юрист. – № 1. – 2008.– С. 759
48. Сумской, Д.А. Статус юридических лиц: Учебное пособие для вузов./ Д.А. Сумской, // – М.: Юстицинформ, – 2012. – 108 с.
49. Тихомирова, И.П. Обзор судебной практики «Деловая репутация юридического лица и ее гражданско–правовая защита»/ И.П. Тихомирова // Арбитражное правосудие в России. – № 5. – 2007. – 205 с.
50. Федоров, П.Г. Деловая репутация юридического лица и ее защита / П.Г. Федоров // Юрист. – 2012. – № 11. – 20 с.

51. Фроловский, Н.Г. Защита деловой репутации юридического лица / Н.Г. Фроловский // Законы России: опыт, анализ, практика. – № 4. – апрель. – 2012. – С. 95
52. Цыбулевская, О.И. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве /О.И. Цыбулевская, О.В. Власова // Цивилист. – 2012. – № 3 – С. 185
53. Шабанов, Д.С. Понятие диффамации / Д.С. Шабанов // Вектор науки ТГУ. – № 3 (3) – 2010. – С. 226.
54. Шулепова, Т.И. Рассмотрение дел о защите деловой репутации/ Т.И. Шулепова // Арбитражная практика. – 2008. – № 11. – С. 87 – 90
55. Эрделевский, А.М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики./ А.М. Эрделевский// М:Прогресс. – 2004., – С. 116
56. Ядрихинский, С.А. О возмещении неденежного ущерба (Non-pecuniary damage) в налоговых отношениях / С.А. Ядрихинский // Законы России: опыт, анализ, практика. –2013. – № 6. – С. 56