

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Предпринимательское и трудовое право»

(наименование)

40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности

(код и наименование направления подготовки/ специальности)

Гражданско-правовая

(направленность (профиль)/специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(ДИПЛОМНАЯ РАБОТА)**

на тему «Деловая репутация юридических лиц и ее правовая защита»

Обучающийся

А.А. Адамова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный
руководитель

Е.М. Воронова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Тема исследования: «Деловая репутация юридических лиц и ее правовая защита».

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях каждое юридическое лицо стремится к формированию высокой деловой репутации, поскольку она оказывает решающее влияние на степень доверия партнеров, отражает конкурентоспособность, устойчивость развития.

Объект исследования – общественные отношения, складывающиеся в процессе защиты деловой репутации юридического лица.

Предмет исследования – нормативные правовые акты, регулирующие защиту деловой репутации.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в комплексном исследовании вопросов и проблем, связанных с защитой деловой репутации юридического лица.

Для достижения указанной цели необходимо решить задачи, предполагающие: исследование содержания и правовой природы деловой репутации; изучение права юридического лица на деловую репутацию; раскрытие условий защиты деловой репутации юридического лица; исследование порядка защиты деловой репутации юридического лица; рассмотрение опровержения сведений, которые порочат деловую репутацию юридического лица и прав на ответ как способов защиты деловой репутации юридического лица; изучение возмещения убытков и компенсации репутационного вреда как способов защиты деловой репутации.

Выпускная квалификационная работа включает введение, три главы, состоящие из шести параграфов, заключение, список используемой литературы и используемых источников.

Оглавление

Введение	4
Глава 1 Деловая репутация как правовая защита	7
1.1 Содержание и правовая природа деловой репутации.....	7
1.2 Право юридического лица на деловую репутацию.....	12
Глава 2 Гражданско-правовая защита деловой репутации юридического лица	21
2.1 Характеристика условий защиты деловой репутации юридического лица	21
2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица	27
Глава 3 Способы защиты деловой репутации юридического лица	41
3.1 Опровержение сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица и право на ответ.....	41
3.2 Возмещение убытков и компенсация репутационного вреда как способы защиты деловой репутации	54
Заключение	62
Список используемой литературы и используемых источников	67

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях каждое юридическое лицо стремится к формированию высокой деловой репутации, поскольку она оказывает решающее влияние на степень доверия партнеров, отражает конкурентоспособность, устойчивость развития.

Согласно Конституции РФ каждому физическому и юридическому лицу гарантирована защита его материальных и нематериальных благ. Именно к нематериальным благам можно отнести деловую репутацию. Так, к одним из важных конституционных ценностей относится свобода слова и защита деловой репутации. Они могут между собой вступать в противоречия. Нахождение оптимального баланса между ними является сложной проблемой, которую решают на национальном и международном уровнях. Сталкиваясь с вопросами защиты деловой репутации каждый участник такого процесса должен четко понимать основания и правовые нормы, позволяющие отстаивать доброе имя. В этой связи ключевой проблемой становятся вопросы защиты деловой репутации юридического лица.

Успешное развитие любого государства, в частности России невозможно без наличия действенного механизма защиты деловой репутации, которая является одним из важных благ юридического лица.

Степень научной разработанности темы исследования. В научной и учебной литературе проблемам защиты деловой репутации юридического лица посвящены труды ученых таких как: Е.Б. Абакумова, В.И. Белова, Е.О. Белозерова, В.Б. Борисова, В.Б. Борисова, И.В. Бородушко, С.С. Борха, И.Н. Гайфутдинов, И.Н. Гайфутдинов, А.А. Гараев, О.В. Гоненко, В.Н. Зубков, Х.В. Идрисов, К.А. Кирсанов, С.П. Коваленко, О.А. Купряшина, Л.В. Лапач, Л.В. Морозов, М.А. Мусалов, Е.Л. Невзгодина, К.И. Постникова, И.Н. Садриев, С.Е. Снигирева, А.Е. Степанова, А.А. Тимерханов, А.В. Тимофеева, Н.Н. Тузко, А.М. Ярошевская и другие.

Несмотря на то, что в юридической литературе много исследований посвящено вопросам защиты деловой репутации, в настоящее время остаются отдельные нерешенные проблемы в правовом обеспечении защиты юридического лица.

Объект исследования – общественные отношения, складывающиеся в процессе защиты деловой репутации юридического лица.

Предмет исследования – нормативные правовые акты, регулирующие защиту деловой репутации.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в комплексном исследовании вопросов и проблем, связанных с защитой деловой репутации юридического лица.

Для достижения указанной цели необходимо решить задачи, предполагающие:

- исследование содержания и правовой природы деловой репутации;
- изучение права юридического лица на деловую репутацию;
- раскрытие условий защиты деловой репутации юридического лица;
- исследование порядка защиты деловой репутации юридического лица;
- рассмотрение опровержения сведений, которые порочат деловую репутацию юридического лица и прав на ответ как способов защиты деловой репутации юридического лица;
- изучение возмещения убытков и компенсации репутационного вреда как способов защиты деловой репутации.

Методологическую основу исследования составляют методы, такие как: комплексный и системный подходы, анализ, сравнительно-правовой и формально-юридический методы.

Эмпирическую базу исследования составляют нормы права, юридическая литература, периодические издания, посвященные теме исследования.

Нормативная база исследования представлена:

- Конституцией Российской Федерации;
- международными актами;
- российскими нормативно-правовыми актами в области защиты деловой репутации.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что предложения и основные выводы, сформулированные в выпускной квалификационной работе, могут быть использованы для развития и совершенствования теоретических и практических подходов к изучаемой проблеме.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа включает введение, три главы, состоящие из шести параграфов, заключение, список используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Деловая репутация как правовая защита

1.1 Содержание и правовая природа деловой репутации

В современном обществе, в отсутствие адекватных правовых норм, связи с общественностью все больше вовлекаются в информационное пространство, особенно в части защиты деловой репутации юридических лиц от порочащих сведений.

Недобросовестные игроки на конкурентных рынках осваивают новые способы распространения информации с использованием интернет-технологий, что требует регулирования. Однако конкретные меры по изменению этого аспекта законодательства предлагаются нечасто и являются лишь теоретическими выводами без практического процедурного подхода.

Защищая свою деловую репутацию, юридические лица могут эффективно осуществлять свою хозяйственную и иную деятельность, будучи уверенными в общественной поддержке. Государство также заинтересовано в защите организаций от диффамации, поскольку они являются частью российского общества и связаны с экономической, социальной и культурной сферами жизни общества.

Концепция доброй воли была первоначально разработана как атрибут обмена товарами в синдикатах. Отклонение от ценностей гильдии сурово наказывалось, особенно в Древнем Китае, где перевозка искалеченного терракотового воина каралась смертью. Со временем правила стали более либеральными, а требования - более формализованными. Но смысл не изменился - клиенты дорожат репутацией компании, а за ее статусом следит профсоюз, или, говоря современным языком, бизнес-сообщество. Поэтому в любой современной стратегии корпоративная репутация выступает как корпоративный ресурс, который в первую очередь служит интересам компании.

Право коммерческой репутации возникло еще во времена Римской империи. Закон двенадцати таблиц в 451 году до н.э. содержал правила о компенсации за нанесение телесных повреждений. Со временем эти правила изменились, и в Дигестах Юстиниана *actio injuriarum* определил три категории прав, подлежащих защите:

- корпус (физическая целостность);
- слава (*fama*);
- достоинство.

Нарушение этих прав сурово наказывалось, включая смертную казнь. Корпоративная репутация не ограничивалась экономической деятельностью или прибылью, но, в отличие от современного мышления, в Риме корпоративная репутация ценилась во всех сферах общественной жизни в связи с действиями и статусом человека.

Римские юристы использовали термин "*existimatio*", означающий "место или образ в обществе". 'Образ' часто стремились опорочить в политической борьбе, в торговле и в социальных кругах. В юридических текстах этот термин часто понимается как "гражданская честь" или "репутация".

Цицерон утверждал, что если товар будет конфискован по приказу претора, то купец потеряет свою славу и существование (коммерческую репутацию и гражданство).

После распада Римской империи новые государства не имели институтов для защиты своей репутации. Это означало, что городской рабочий класс в средневековых странах должен был разработать собственные правила для защиты своей репутации.

Институциональная модель защиты корпоративной чести, достоинства и репутации в России развивалась на протяжении веков. «Как и судебная модель, она прошла важные этапы до судебной реформы 1860 года, которая ознаменовалась принятием таких законов, как Русская Правда, Кормчая книга, Новгородский и Псковский процессуальные кодексы, Кодексы 1497 и 1550 годов, Соборное уложение 1649 года. Уже в те далекие исторические годы

возник вопрос: имеет ли человек право защищать свою честь и достоинство в суде против кого-либо, в том числе и государства, в связи с его деятельностью, и в каком объеме?» [13]

«До того, как были разработаны современные формы правовой защиты корпоративной репутации и существовала их материально-правовая основа, суды в дореволюционной России и суды в последующие исторические периоды не имели законов, которые могли бы максимально защитить права граждан (например, от диффамации).

Постепенное развитие правовых форм защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц отражено в Гражданском кодексе Российской Федерации (далее - ГК РФ), который был принят Государственной Думой 21 октября 1994 года.

Так, законодатель закрепил права и неотчуждаемые свободы человека и другие нематериальные блага, предоставив возможность их защиты в суде (п. 2 ст. 2; ст. 11 ГК РФ) и ввел главу 8 ГК РФ ("Защита нематериальных благ"). Нематериальная собственность и ее защита", а в 1995 году часть II Гражданского кодекса Российской Федерации была дополнена положениями о компенсации морального вреда, причиненного гражданину в результате распространения сведений, порочащих его доброе имя, достоинство и деловую репутацию, которые применяются независимо от вины лица, причинившего такой вред (статья 1100)» [13].

«По данным исследователей, в 1990 году в суды общей юрисдикции было подано 1 140 дел о защите чести и достоинства, из которых 435 оказались безрезультатными. В 1995 году количество таких дел возросло до 2 827, из которых 944 были успешными. В 1998 году было подано 5 633 дела, из которых 3 765 были удовлетворены (из них 1 571, или 41,7%, - дела СМИ). В 1999 году количество дел увеличилось на 15,5% по сравнению с 1998 годом. Из общего числа судебных дел было разрешено 4 093 дела (1 821 или 41,7% составляли дела СМИ). Аналогичная ситуация сложилась и в арбитражных судах Российской Федерации. Если в 1998 году было принято решение по 209

делам и 62 дела были разрешены, то в 1999 году было принято решение по 248 делам (рост на 18,6%) и 58 дел были разрешены [34].

В Постановлении № 24 от 24 февраля 2005 года "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, деловой репутации граждан и юридических лиц" Верховный Суд РФ разъяснил судам, что в рамках ратификации Россией Конвенции о защите прав человека и основных свобод и Протокола к ней судам при оценке данной категории дел следует учитывать нормы международного права. Пленум Верховного Суда РФ обратил внимание суда на то, что право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является конституционным правом и что деловая репутация юридических лиц является условием их успешной деятельности.

В последующие годы, когда многолетняя работа по кодификации российского гражданского законодательства была завершена, 1 января 2008 года вступила в силу IV часть Гражданского кодекса РФ, а 18 июля 2008 года вступил в силу Указ Президента РФ № 1108 "О совершенствовании Гражданского кодекса Российской Федерации". Основной упор был сделан на модернизацию Гражданского кодекса, в частности его первой части, включая усиление (укрепление) институтов защиты деловой чести, достоинства и репутации, частной жизни граждан и других нематериальных благ» [24].

«Концепция развития гражданского законодательства была утверждена 7 октября 2009 года. Советом по кодификации и развитию гражданского законодательства при Президенте Российской Федерации. Согласно ее положениям, новое гражданское законодательство должно обеспечивать баланс между правом граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации, с одной стороны, и другими правами и свободами, гарантированными Конституцией Российской Федерации - свободой мысли, слова и массовой информации, - с другой.

В рамках реализации Концепции 2 июля 2013 года был принят Федеральный закон № 142-ФЗ "О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации". Федеральный

закон № 142-ФЗ от 2 июля 2013 года - третий блок поправок в Гражданский кодекс Российской Федерации, подготовленный в рамках реформы гражданского законодательства. Федеральным законом вносятся изменения в главы 6 и 8 Гражданского кодекса, устанавливающие правовые основы регулирования объектов гражданского права, в том числе защиты интеллектуальной собственности (глава 8) [35].

Поправки в Гражданский кодекс Российской Федерации, внесенные рассматриваемым Федеральным законом, вступили в силу 1 октября 2013 года (статья 3(1)). Законодатель точно определил, что понимается под нематериальным имуществом. К ним относятся: жизнь, здоровье, неприкосновенность чести и репутации личности, деловой репутации, частная жизнь, неприкосновенность жилища, личная и семейная тайна, свобода передвижения, свобода выбора места жительства, имя гражданина, авторское право, иное нематериальное имущество, принадлежащее гражданину от рождения или в силу закона, неотчуждаемое и непередаваемое (п. 1 ст. 150 ГК РФ).

Защита интеллектуальной собственности осуществляется в судебном порядке (статья 11 Гражданского кодекса) и иными способами, предусмотренными законом (статья 12 Гражданского кодекса). Если того требуют интересы гражданина, его нематериальная собственность может быть защищена, в частности, путем признания в судебном порядке факта нарушения его нематериальной личной собственности, опубликования судебного решения о таком нарушении, а также путем прекращения или запрещения действий, нарушающих или создающих угрозу нарушения его нематериальной личной собственности либо нарушающих или создающих угрозу нарушения нематериальной собственности» [24].

По общему правилу срок исковой давности не применяется к требованиям о защите интеллектуальной собственности (статья 208 ГК РФ). Правила о защите деловой репутации граждан, за исключением положений о компенсации морального вреда, применяются к защите деловой репутации

юридических лиц (пункт 11 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в редакции Федерального закона от 2 июля 2013 года № 142-ФЗ).

Следует отметить, что применение статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации по делам о защите деловой репутации юридических лиц в настоящее время является распространенной и общепринятой практикой (Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 3 от 24 февраля 2005 года). В пункте 15 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации Пленум Верховного Суда Российской Федерации подтвердил правовую позицию о том, что правила о компенсации морального вреда за разглашение сведений, порочащих деловую репутацию граждан, распространяются и на разглашение таких сведений в отношении юридических лиц [30]. Однако действующее законодательство все еще несовершенно и постоянно реформируется.

Несмотря на то, что гудвилл существует уже несколько веков, его содержание неоднократно пересматривалось. Аналогичная ситуация наблюдается и в законодательстве, регулирующем эти нематериальные активы. Ретроспективный анализ показывает, что нормативные акты в этой области продолжают развиваться.

Таким образом, ожидается радикальное изменение судебной практики в отношении применения норм о возмещении убытков от потери репутации в контексте защиты коммерческой репутации юридических лиц.

1.2 Право юридического лица на деловую репутацию

В настоящее время деловая репутация приобрела большое значение в экономической деятельности юридических лиц. Партнеры при заключении сделок обращают внимание на имидж организации, поэтому в интересах юридических лиц защитить свою деловую репутацию от недобросовестных конкурентов.

В связи с возможностью диффамации в Интернете компаниям следует следить за распространением клеветнической информации, нарушающей законные права и интересы и не соответствующей действительности. Диффамация доставляет компаниям неудобства, препятствует их бизнесу, устраняя потенциальных клиентов, и создает впечатление, что компания является недобросовестным партнером.

Поэтому крайне важно организовать защиту от диффамации и восстановить нарушенные права и законные интересы добросовестных руководителей бизнеса, пострадавших от диффамации.

Закон не содержит определения деловой репутации юридического лица. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в пункте 1 постановления от 24 марта 2005 года № 3 "О судебной практике судов первой инстанции Российской Федерации по делам о защите чести и достоинства граждан, деловой репутации граждан и юридических лиц" № 3 от 24 марта 2005 года принял следующее решение В пункте 1 постановления №. 3 от 24 марта 2005 года "О практике Суда Российской Федерации по делам о защите деловой репутации граждан и юридических лиц" Пленум Верховного Суда Российской Федерации указал, что деловая репутация юридических лиц является условием успешности их деятельности, а право граждан на защиту своей деловой репутации является конституционным правом, т.е. деловая репутация не является нематериальным активом [31].

Сложность заключается также в том, что в российской науке нет единого понятия "деловая репутация". А. Эрделевский, например, определяет деловую репутацию как "отражение деловых качеств в общественном сознании, сопровождающееся позитивным суждением общества".

Некоторые исследователи подходят к понятию "корпоративная репутация" более широко, добавляя профессиональную и сервисную классификации. Б.А. Райзберг считает, что "корпоративная репутация — это качественное восприятие компании, бизнеса, предпринимателя союзниками,

партнерами, потребителями, клиентами, заказчиками, партнерами, компании, ее деятельности в благоприятной и благожелательной деловой среде."

Представляется, что гудвилл должен быть определен как вид нематериальных активов. В связи с этим возникает вопрос о природе нематериальных активов. Т.В. Трофимова и А.П. Сергеев рассматривают нематериальные активы как "объекты гражданского права, которые не имеют родового содержания, неотчуждаемы и непередаваемы".

Законодатель устанавливает, что репутация компании — это нематериальный актив, принадлежащий гражданину. Согласно пункту 11 статьи 152 Гражданского кодекса РФ, все положения о защите деловой репутации гражданина распространяются и на юридических лиц.

Таким образом, в Гражданском кодексе РФ деловая репутация юридического лица приравнивается к деловой репутации гражданина.

Все характеристики нематериальной собственности распространяются на юридических лиц, и, согласно статье 150 Гражданского кодекса Российской Федерации, деловая репутация не подлежит передаче и непередаче. Однако деловая репутация юридического лица обладает особыми свойствами.

Во-первых, согласно пункту 2 статьи 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации, «договор коммерческой концессии предусматривает использование исключительных прав, коммерческой репутации и коммерческого опыта компании в сфере экономической деятельности».

Во-вторых, согласно статье 1042 Гражданского кодекса Российской Федерации, по договору простого товарищества товарищи могут добровольно внести в качестве вклада в совместную деятельность как деньги, так и другие товары, и в этом случае в отношении них выносятся денежные решения.

Поэтому законодатели приписывают корпоративной репутации множество различных, иногда противоречащих друг другу атрибутов.

В формулировке, использованной в действующем пункте 1 статьи 48 Гражданского кодекса Российской Федерации, не указано, как раньше, что юридические лица могут иметь личные права и обязанности, экономические и

неэкономические. Поэтому Е. А. Суханов правильно указывает, что у юридического лица нет и не может быть неденежных личных прав, даже если его деловая репутация зависит только от его участия в имущественных отношениях.

Одна из характеристик заключается в том, что он является публичным - суждение отдельных лиц о деловых качествах компании - и положительным. Именно это положительное суждение о деловой репутации является предметом иска о диффамации.

Репутация юридического лица как предмет гражданской диффамации представляется специфическим нематериальным активом, состоящим из благоприятных представлений о характеристиках компании. Это определение применимо как к коммерческим, так и к некоммерческим организациям. Для коммерческих организаций как нематериальный актив считается нематериальным активом, а значит, имеет стоимость и способствует получению прибыли.

1 октября 2013 года вступил в силу Федеральный закон от 2 июля 2013 года № 142-ФЗ «О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», который вносит изменения в главу 8 Гражданского кодекса «Интеллектуальные права и их защита». В частности, значительно расширен перечень гражданско-правовых способов защиты деловой репутации физических и юридических лиц.

Накануне вступления в силу Федерального закона № 142-ФЗ Конституционный Суд Российской Федерации принял Постановление от 9 июля 2013 года № 18-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е. Крылова», в котором установлено, что "в контексте защиты таких нематериальных благ, как достоинство, честь, репутация и личная деловая репутация... применение способов защиты гражданских прав, включая восстановление положения, существовавшего до нарушения права, и пресечение действий, нарушающих право или создающих

угрозу его нарушения, а также самозащиту права (статьи 12 и 14), соответствует существу нарушенного нематериального права и характеру последствий такого нарушения.

В связи с этим возникает вопрос, «могут ли общие способы защиты, которые для граждан вытекают из характера нарушенных прав интеллектуальной собственности или нематериальных личных прав и характера последствий такого нарушения, быть использованы для защиты деловой репутации юридических лиц, как это предусмотрено в пункте 2 статьи 150 Гражданского кодекса РФ.

Можно утверждать, что статья 150 Гражданского кодекса РФ распространяется только на граждан, поскольку юридические лица не имеют личных прав, не связанных с имущественными, и поскольку деловая репутация сама по себе, как нематериальная, также является имущественным правом.

Поэтому единственным доступным для юридических лиц гражданско-правовым средством защиты является средство защиты репутации компании, прямо предусмотренное статьей 152 Гражданского кодекса Российской Федерации. В связи с этим в пункте 11 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации отмечается, что правила данной статьи о защите деловой репутации граждан, за исключением положений о компенсации морального вреда, применяются *mutatis mutandis* к защите деловой репутации юридических лиц» [17].

Если рассматривать классификацию возмещений, то стоит упомянуть о разделении на страховые и деликтные иски. В.Ф. Яковлев и Ю.Н. Андреев, например, утверждают, что «защитные иски не обладают признаками гражданско-правовой ответственности, в отличие от деликтных исков».

Эти характеристики включают экономические последствия для нарушителя, причем негативные экономические последствия для нарушителя. Признание факта диффамации приводит к дополнительному финансовому

бремени, которое нарушитель не понес бы, если бы не совершил правонарушение.

Что касается средств защиты деловой репутации юридических лиц, то компенсация является мерой защиты гражданско-правовой ответственности. Другим гражданско-правовым средством защиты деловой репутации, предусмотренным статьей 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, являются судебные средства защиты.

Это включает: опровержение клеветнических утверждений;

- публикация ответов в средствах массовой информации, в которых распространяется информация;
- удалять клеветническую информацию из Интернета и предоставлять соответствующие опровержения, обеспечивая доведение таких опровержений до сведения пользователей Интернета;
- удалять клеветническую информацию и предотвращать или запрещать ее распространение.

О денежной природе гудвилла юридического лица свидетельствует тот факт, что такой гудвилл может быть монетизирован и передан другому юридическому лицу, что прямо противоречит положениям статьи 150 Гражданского кодекса Российской Федерации. Однако как денежная оценка, так и передача гудвилла труднореализуемы на практике.

Прежде всего, следует отметить, что деловая репутация компании является нематериальным активом, и право на ее защиту закреплено в статье 152 Гражданского кодекса РФ, где все положения о деловой репутации граждан распространяются и на юридических лиц, за исключением компенсации морального вреда. В научной литературе это объясняется природой юридических лиц - искусственно созданных образований, не способных испытывать физические или нравственные страдания.

Обращаясь к процессуальной специфике дел о диффамации, стоит отметить позицию Конституционного суда РФ, который утверждает, что достоверность распространенной информации должна оцениваться как с

точки зрения содержания самой информации, контекста, в котором она представлена, способа и целостности ее изложения, так и установления отсутствия манипулирования фактами.

Репутация юридического лица считается опороченной, если разглашенные сведения создают негативное отношение к нему у его партнеров и наносят ущерб его репутации как добросовестного субъекта, находящегося в хозяйственных отношениях с другими субъектами в своей сфере экономической деятельности. Например, в деле о диффамации суд отказал в рассмотрении дела на том основании, что истец не доказал, что информация о деловых отношениях является порочащей и что ее разглашение нанесло ущерб репутации истца и причинило ему коммерческий ущерб.

Те же правила применяются к распространению порочащей информации в Интернете. К порочащей информации относятся утверждения, не основанные на фактах. К порочащей информации относятся сообщения о правонарушениях, аморальном поведении, недобросовестности и другая информация, наносящая ущерб деловой репутации юридического лица.

Согласно статье 152 (1) Гражданского кодекса Российской Федерации, ответчик обязан доказать, что раскрытая информация соответствует действительности. Истец должен доказать, что ответчик разгласил такие сведения и что они носят порочащий характер.

Судебная практика также установила, что клеветнические заявления следует отличать от «оценочных суждений в форме сравнений, критики, анализа и субъективных предположений». Например, компания подала в суд на бизнесмена, который опубликовал на сайте высказывания о разоблачителе. Суд постановил, что «данное заявление является оценочным суждением, что исключает возможность судебной проверки его достоверности; оно не содержит порочащих сведений в надлежащем смысле прецедентного права».

В контексте рассматриваемого вопроса особенно интересна позиция, занятая Верховным судом РФ в решении № 309-ЭС16-20725 от 07.06.2017 и в пункте 6 обзора от 16.03.2016: «При рассмотрении иска о защите деловой

репутации по статье 152 Гражданского кодекса РФ в объект исследования могут быть включены суждения, мнения и убеждения, содержащиеся в оспариваемых высказываниях ответчика, если они носят оскорбительный характер» [36].

Ценности, мнения и убеждения подлежат правовой защите в соответствии со статьей 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, если они являются оскорбительными.

Процессуальная проблема для потерпевшей стороны заключается в том, чтобы доказать, что информация, раскрытая в сравнительной рекламе, не является оценочным суждением. Целью является повышение имиджа своего товара и дискредитация конкурентов. В российской судебной практике нет единого подхода.

С другой стороны, преобладает мнение, что контрпозиционирование в рекламе считается неуместным, если товар конкурента явно и необоснованно представлен как менее ценный, чем рекламируемый товар. Реклама со слоганом: «Доставка на дом лучше, чем почта».

Вместо этого был объявлен слоган: «Этот ассортимент одежды хорошего качества. Сравните с продукцией A.L.» - был признан судом уместным, который указал, что рекламодатель просто информировал потребителей о том, что его продукция более качественная, чем продукция конкурентов, и поэтому никакого ущерба репутации компании нанесено не было. Таким образом, в отличие от фактической информации, оценочные суждения не могут быть проверены на достоверность и поэтому не могут быть оспорены в суде в соответствии со статьей 152 Гражданского кодекса РФ.

Однако это не исключает возможности компенсации репутационного вреда. В 2017 году Верховный суд Российской Федерации окончательно сформулировал свою позицию по преступлениям против репутации юридических лиц, согласно которой компенсация за ущерб репутации юридического лица может быть предоставлена, но был введен жесткий механизм доказывания наличия такого ущерба. Верховный суд постановил,

что формулировка статьи 152 Гражданского кодекса РФ не препятствует присуждению компенсации репутационного вреда. Этот аргумент был основан на ранее действовавших решениях Конституционного суда Российской Федерации и Высшего арбитражного суда Российской Федерации.

Таким образом, репутация юридического лица, имея характер нематериального актива, также обладает особыми характеристиками, которые являются уникальными и отличают ее от других нематериальных активов, подпадающих под действие применимого гражданского законодательства.

Чтобы разрешить эту коллизию, нормы о деловой репутации юридических лиц следует закрепить в отдельной статье в главе 8 Гражданского кодекса РФ. Данный шаг позволит в полной мере учесть специфические особенности данной правовой категории.

Можно сделать вывод, что существует необходимость адаптации правил и средств регулирования для защиты корпоративной репутации.

Гудвилл имеет особый характер как материальный актив, что противоречит общим положениям о нематериальных активах в пункте 1 статьи 150 Гражданского кодекса Российской Федерации. Данное противоречие можно устранить, изменив предложение указанного пункта следующим образом "Жизнь и здоровье, достоинство личности, личная неприкосновенность, честь и репутация, деловая репутация, неприкосновенность жилища, личная и семейная тайна, свобода передвижения, свобода выбора места жительства, имя гражданина, авторские права, другие нематериальные блага, принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона, неотчуждаемы и не могут быть переданы в какой-либо форме иначе как в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом."

Глава 2 Гражданско-правовая защита деловой репутации юридического лица

2.1 Характеристика условий защиты деловой репутации юридического лица

По данным судебной статистики, ежегодно в Российской Федерации в судах общей юрисдикции рассматривается в среднем 5 000 дел о защите чести, достоинства и деловой репутации, в арбитражных судах - 800 дел о защите деловой репутации.

В соответствии с пунктом 6 части 7 статьи 27 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности могут рассматриваться исключительно арбитражными судами. В соответствии с пунктом 6 статьи 27 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности могут рассматриваться только арбитражным судом.

«Дела, поданные юридическими лицами (особенно некоммерческими организациями) для защиты своей коммерческой репутации и не связанные с предпринимательской или иной экономической деятельностью, также могут быть поданы в суды общей юрисдикции» [3].

Для начал необходимо описать меры защиты, а затем перейти к мере ответственности, которой является ущерб. Основным гражданско-правовым средством защиты от ущерба деловой репутации юридического лица является право на самозащиту (ст. 152, п. 1-2 ГК РФ). Как указано в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ № 3 от 24.02.2005 г. № 17 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, деловой репутации граждан и юридических лиц", в нем говорится, что в заключении судебного решения должно быть указано, каким образом должны быть опровергнуты ложные

порочащие сведения, а при необходимости в тексте опровержения должно быть указано, какие сведения являются ложными порочащими сведениями, когда и как они были распространены,

Юридического определения опровержения не существует, поэтому в науке существуют разные подходы. Некоторые считают, что опровержение — это санкция за клевету. Анисимова А.Л. считает, что «опровержение - это сообщение лицам, среди которых была распространена информация, признанная судом не соответствующей действительности».

Власов А.А. выделяет два вида защиты – «судебные решения, содержащие собственно защиту и исполнение подсудимым».

«Однако защита не носит финансового характера и поэтому не может быть связана с гражданскими штрафами, а «уведомление о решении» относится к исполнению решения, а не к самой защите.

Исходя из анализа статей 12 и 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, можно сделать вывод, что опровержение является специальным средством защиты гражданских прав. Исходя из анализа статей 12 и 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, можно сделать вывод, что опровержение — это специальный способ защиты гражданских прав, который представляет собой обоснованное опровержение лицом, распространившим такие сведения, ложных сведений и (или) сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица. Поскольку целью опровержения является восстановление первоначального имиджа компании, оно является способом защиты по статье 12 Гражданского кодекса РФ - восстановление положения, существовавшего до нарушения прав» [6].

Одним из способов защиты деловой репутации юридического лица является публикация отзыва. Эта форма предусмотрена статьей 12 Гражданского кодекса РФ и является формой самозащиты в суде. Ответ может быть опубликован только в средствах массовой информации, что ограничивает сферу применения данного способа защиты. Поваров Ю.С.

указывает на отсутствие универсальности публикации, только в ситуациях, когда в СМИ публикуются негативные сведения.

Следует также отметить, что публикация ответа как средство защиты стоит на втором месте после основного средства защиты репутации компании, т.е. опровержения, поскольку юридическое лицо, чьи ложные и/или порочащие сведения были распространены в СМИ, имеет право в соответствии с пунктом 2 статьи 152 Гражданского кодекса РФ требовать, чтобы помимо опровержения в тех же СМИ был опубликован и ответ.

«Еще одним гражданско-правовым средством защиты компании является замена или отзыв документов, которые подрывают деловую репутацию компании. Замена или отзыв документа должны быть произведены организацией, от которой исходил документ.

Этот метод заключается в публичном объявлении об отзыве или недействительности документа. Замена документа заключается в отправке новой версии всем получателям, которые ранее получили документ.

Например, в одном деле суд признал информацию, содержащуюся в письме, порочащей и обязал автора письма направить в компанию новое письмо с опровержением ранее опубликованной информации.

Что касается понятия документа, то согласно ст. 2 п. 11 Федерального закона 149-ФЗ от 27 июля 2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями) документированная информация - это информация, зафиксированная на материальных носителях с реквизитами, позволяющими идентифицировать такую информацию, или в случаях, установленных законодательством Российской Федерации, на ее материальных носителях.

Согласно пункту 11.1 статьи 2 того же Федерального закона, электронные документы - документированная информация, представленная в электронной форме» [29].

Помимо защиты, связанной с опровержением порочащих сведений, порочащие сведения могут быть удалены, подавлены или запрещены к

дальнейшему распространению путем изъятия и уничтожения (статья 152 (4) Гражданского кодекса).

Удаление вводящей в заблуждение информации из видимых СМИ - следующий способ защиты репутации компании из-за высокой публичности и отсутствия возможности распространить опровержения среди широкой аудитории. Проблема с этим вариантом заключается в интерпретации понятия «широкая аудитория». Публичность следует оценивать в каждом конкретном случае [7].

В качестве гражданско-правового способа защиты деловой репутации юридических лиц следует обратить внимание на удаление и опровержение ложных сведений в сети Интернет. Этот конкретный способ защиты деловой репутации юридических лиц можно рассматривать как вариант общего способа гражданско-правовой защиты - пресечение действий, нарушающих закон или создающих угрозу его нарушения (ст. 12 ГК РФ).

Согласно пункту 16 Обзора судебной практики по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, если суд признает не соответствующими действительности порочащие сведения, опубликованные на сайте, владелец сайта или иное уполномоченное им лицо обязаны удалить такие сведения по требованию потерпевшего, если суд признает их ложными. Более того, возложение на лицо, обладающее технической возможностью, обязанности удалить информацию, признанную судом ложной, без ущерба для его законных прав и интересов, является не возложением уголовной ответственности, а правовым средством защиты прав, включающим возможность обращения потерпевшего в суд за защитой нарушенных прав, если владелец сайта не удалит информацию добровольно. В случае диффамации удаление информации должно быть основано на том, что суд признал ее порочащей [10].

Отнесение порочащих сведений к ложным, если лицо, распространившее эти сведения, не может быть установлено, также является гражданско-правовым инструментом защиты деловой репутации

юридических лиц (пункт 8 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 года № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц». «Правовая защита чести, достоинства и деловой репутации не исключает защиты лица, в отношении которого распространены порочащие сведения, даже в случаях, когда невозможно установить лицо, распространившее такие сведения (например, при рассылке анонимных писем гражданам и организациям, распространении сведений о расовой и национальной принадлежности). Такие запросы рассматриваются в рамках отдельной процедуры.

Единственным гражданско-правовым средством защиты коммерческой репутации юридического лица, которое входит в сферу деликтной ответственности, является возмещение убытков. Иски о возмещении убытков чаще всего предъявляются в случае посягательств на деловую репутацию юридических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. Для них потеря имиджа имеет негативные последствия в виде снижения продаж, увеличения сроков кредитования и потери доверия партнеров.

Требования о возмещении ущерба будут удовлетворены, если истец сможет доказать, что ущерб был причинен распространением ложной информации. Истец должен доказать в каждом случае ущерб, его стоимость, вину лица, причинившего ущерб, и причинно-следственную связь» [21].

Согласно пункту 12 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23 июня 2015 года № 25 «О применении судами некоторых положений части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», размер подлежащей выплате компенсации должен быть определен с разумной степенью достоверности. Здесь также следует отметить, что, если точный размер компенсации не может быть определен, суд должен определить размер подлежащей выплате компенсации на основе принципов

разумности и соразмерности между ответственностью и совершенным правонарушением с учетом всех обстоятельств дела.

Например, компания подала иск к СМИ о возмещении ущерба, возникшего в результате распространения порочащих сведений. Суд отклонил иск и постановил, что юридическое лицо, в отношении которого были распространены порочащие сведения, не вправе требовать возмещения вреда, причиненного распространением сведений, поскольку иск не содержал требования о контрдоказательстве [11].

Апелляционный суд отменил решение суда общей юрисдикции и вернул дело в суд первой инстанции на следующих основаниях: Согласно статьям 9 и 12 ГК РФ юридические лица могут свободно осуществлять принадлежащие им гражданские права и выбирать способы защиты этих прав; согласно статье 152 ГК РФ юридические лица могут свободно осуществлять принадлежащие им гражданские права и выбирать способы защиты этих прав. Согласно статье 152 ГК РФ юридические лица вправе требовать возмещения убытков, причиненных распространением порочащих сведений, но не могут ставить право истца на обращение в арбитражный суд в зависимость от включения данного требования в исковое заявление.

Репутационный ущерб - не менее интересная юридическая категория.

В 2017 году Верховный суд РФ в обзоре судебной практики по спорам, связанным с защитой корпоративной чести, достоинства и репутации, указал, что компенсация может быть присуждена за репутационный ущерб, который состоит не только из экономического ущерба, но и неэкономического.

Вышеуказанные средства правовой защиты не обеспечивают полной компенсации нефинансовых потерь в результате нанесения ущерба репутации компании. Компенсация нефинансовых потерь должна быть предусмотрена и для целей гражданской ответственности. Для достижения этой цели необходимо законодательно определить категорию «ущерб репутации» и обстоятельства, подлежащие доказыванию.

Более того, существующие инструменты защиты корпоративной репутации применяются не в полной мере. На практике встречаются случаи, когда не удается установить автора диффамационного материала, когда информация публикуется неоспоримо и когда «ложный» материал остается в Интернете в течение длительного времени. Для решения этих вопросов необходимы законодательные изменения с учетом существующего режима защиты от диффамации.

2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица

Наиболее эффективным способом защиты репутации компании является судебная защита. Можно опровергнуть ложные порочащие сведения в суде и добиться возмещения убытков и денежной компенсации. СМИ часто выступают ответчиками в делах о диффамации, а также привлекают внимание общественности к таким делам, например, дело А40-97503/16-5-834 между ПАО «НК «Роснефть» и РБК.

Правовая защита деловой репутации юридических лиц тесно связана с правовой природой этих гражданско-правовых вопросов [14].

Верховный суд РФ трактует ущерб деловой репутации как вред деловой репутации, выражающийся, в частности, в убытках, понесенных юридическим лицом в результате распространения порочащих сведений и иных негативных последствий. Иными словами, вред деловой репутации (ущерб репутации) может выражаться как в виде убытков (экономический ущерб), так и в виде негативных последствий неэкономического характера (неэкономический ущерб), таких как утрата положительного восприятия обществом и бизнесом деловых качеств юридического лица, потеря конкурентоспособности и незапланированная деятельность.

При доказывании ущерба репутации не обязательно выполнять условия ответственности, а именно

- что обвиняемый совершил противоправное действие;

- негативные последствия этого действия для заявителя;
- причинно-следственная связь между действиями ответчика и негативными последствиями [15].

Наличие противоправного действия со стороны ответчика. Противоправным действием, о котором идет речь, является действие ответчика по распространению порочащих сведений об истце любым способом (СМИ, интернет, телекоммуникации). Для получения компенсации за диффамацию необходимо наличие гражданского правонарушения, истец должен доказать, что информация была распространена и опорочена, а ответчик должен доказать истинность информации [37].

Неблагоприятные последствия противоправного деяния для заявителя. В данном случае юридическое лицо доказывает финансовый и/или нефинансовый ущерб. Доказательство ущерба репутации и размера финансовых потерь является одним из основных вопросов защиты. Верховный суд РФ отметил, что само по себе раскрытие информации не является доказательством ущерба репутации и не является достаточным для выплаты компенсации. В то же время существует научное мнение, что факт диффамации позволяет говорить о причинении вреда деловой репутации и наличии ущерба деловой репутации.

Причинно-следственная связь между действиями ответчика и негативными последствиями, понесенными истцом. Верховный суд РФ в своем решении не обратил внимания на связь при упоминании репутационного ущерба, в отличие от Высшего арбитражного суда РФ.

Однако заявителю не нужно доказывать связь между диффамацией и ущербом репутации. Причинно-следственная связь должна быть установлена и оценена судом, рассматривающим дело. Спорной является ситуация, когда ответчик признается виновным и должен опровергнуть эту презумпцию, даже если репутационный ущерб был заявлен в прошлом, независимо от вины истца.

Исследователи расширили элементы диффамации, заявив, что информация должна относиться к конкретному лицу, которое может защитить себя, и что не существует «привилегии», освобождающей от диффамации информацию, которая формально содержит все характеристики, но юридически не является диффамационной.

Представляется, что три вышеуказанные характеристики являются необходимыми и достаточными для распространения информации, которая может быть расценена как диффамация.

Несмотря на эти условия, Верховный суд расширил стандарт (механизм) доказывания репутационного ущерба.

Заявитель должен доказать, что он обладает признанной репутацией в определенной сфере деловых отношений (промышленность, торговля, услуги, образование и т.д.). Обратите внимание, что необходимо доказать не только деловую репутацию, но и деловую репутацию, сложившуюся до нарушения. Создание деловой репутации юридического лица должно учитываться с момента регистрации, тогда как сложившаяся репутация формируется в течение длительного периода времени и труднодоказуема, поскольку является оценочным понятием.

Хотя в решении Верховного суда РФ нет перечня допустимых доказательств, можно привести факты, подтверждающие существование и длительную известность таких юридических лиц:

- долгосрочные отзывы от клиентов и партнеров (например, жалобы и предложения, письма, комментарии в Интернете);
- публикации в СМИ об организации, ее руководителях и сотрудниках;
- награды, грамоты и рекомендательные письма от юридических лиц, их руководителей и сотрудников;
- торговые марки, патенты;
- участие в конкурсах, выставках, мастер-классах, деловых встречах, благотворительных мероприятиях, государственно-частном партнерстве, развитии персонала и т.д.

Однако в таких случаях вновь созданное юридическое лицо проиграет более опытной компании с устоявшейся репутацией. Таким образом, вновь созданные юридические лица не имеют права на компенсацию за утрату репутации, поскольку не могут доказать, что у них есть сложившаяся репутация. Это прямо нарушает часть 1 статьи 19 Конституции Российской Федерации, которая гласит, что каждый имеет равное положение перед законом и судом, и гражданское законодательство, которое основано, в частности, на принципе равенства всех участников гражданских отношений.

Истец должен доказать утрату или повреждение хорошей репутации истца. На практике нет четкого толкования того, что представляет собой утрата деловой репутации и как она должна быть доказана. Верховный суд РФ не занял позицию по перечню допустимых доказательств, что означает, что они могут включать в себя:

- появилось большое количество негативных отзывов, в отличие от предыдущих, которые были в основном положительными, в том числе в СМИ;
- снижение количества клиентов;
- отказ партнеров от сотрудничества;
- текучесть кадров;
- социологические исследования и репутационные оценки, подтверждающие падение репутации компании в определенных сегментах рынка и т.д.

Однако это лишь косвенное доказательство. Для решения этой проблемы наука предлагает ввести правовую презумпцию: гражданская диффамация априори предполагает утрату доверия к репутации компании, то есть публичное появление искаженных сведений (негативного характера) о деловых (профессиональных) качествах компании. Другими словами, гражданская диффамация — это, по сути, умаление репутации. Ответчик имеет право опровергнуть эту презумпцию, доказав обратное.

Чтобы взыскать убытки за потерю репутации, истец должен доказать, что диффамация была существенной и что восстановить утраченный имидж другими средствами защиты невозможно. Это можно сделать, представив доказательства процентного снижения показателей деятельности компании до и после диффамации. В целом, данная позиция Верховного суда РФ является приемлемой и соответствует практике Европейского суда по правам человека (далее "ЕСПЧ").

Недавняя практика показывает, что арбитражные суды отказываются присуждать компаниям компенсацию за потерю репутации. Основными причинами такого отказа являются отсутствие относительных доказательств репутации истца до нарушения, отсутствие доказательств негативного воздействия, утраты доверия к репутации компании или утраты доверия к ее репутации.

Между тем, Высший Арбитражный Суд РФ, Верховный Суд РФ, некоторые арбитражные суды округов, апелляционные суды и нижестоящие арбитражные суды отмечают необходимость получения компенсации репутационных потерь.

Европейский суд по правам человека также выносил решения о компенсации ущерба, нанесенного репутации юридических лиц. Например, в решении от 06.04.2000 по делу "Comingersoll S.A. против Португалии" и от 17.04.2000 по делу "Meltex LTD и Месроп Мовсесян против Армении". В этих делах Европейский суд по правам человека признал право на компенсацию морального (нефинансового) вреда, как для физических лиц, так и для компаний, когда имеет место нарушение репутации компании.

Таким образом, Верховный суд Российской Федерации придерживается уникального подхода при защите юридических лиц от диффамации, который включает в себя как материальные, так и нематериальные аспекты ущерба. В этом контексте установлен очень строгий стандарт доказывания, который фактически исключает возмещение ущерба от диффамации.

В контексте защиты от диффамации в СМИ и в Интернете Верховный суд напомнил, что федеральный закон не устанавливает каких-либо ограничений на доказательства в отношении распространения информации через телекоммуникационные сети (включая веб-сайты). При установлении факта диффамации суды могут принимать все доказательства, предусмотренные процессуальным законодательством. В делах о диффамации в Интернете, учитывая осведомленность истца об истинном положении дел, судья не может исключить представление доказательств.

Особенно это касается срочных дел, когда суд (судья) имеет право исследовать доказательства на месте в рамках подготовки к судебному разбирательству. Лицо, чьи права нарушены распространением порочащих сведений в Интернете, может обратиться в суд с иском, в котором необходимо доказать, что эти сведения не соответствуют действительности, и доказать факт их распространения. Если информация была распространена в Интернете, доказательством может служить нотариальная запись о просмотре сайта, Роскомнадзор, акт, принятый прокуратурой по жалобе о нарушении коммерческой диффамации.

Это может быть доказано любыми доказательствами, отвечающими требованиям относимости и допустимости (например, справками компаний по мониторингу СМИ, показаниями свидетелей, заключениями экспертов и т.д.).

В этом контексте следует обратить внимание на тесную взаимозависимость между обстоятельствами, которые должны быть доказаны в делах о защите корпоративной репутации. Например, цель распространения порочащих сведений должна приниматься во внимание при оценке исков к СМИ или лицам, наделенным публичной властью. Однако для того, чтобы установить, что оспариваемые сведения отражают суждение, необходимо определить, соответствуют ли эти сведения действительности.

Однако следует помнить, что решение суда по одному из фактов, являющихся предметом доказывания, не означает, что другие факты не имеют значения для определения доказанности дела. Если суд придет к выводу, что

этот недостающий элемент неверен, то нерассмотрение других фактов только увеличит вероятность правовой ошибки.

При исследовании состояния доказательств по делам о защите корпоративной репутации арбитражному суду важно проанализировать не только содержание оспариваемых сведений, но и их форму. Несмотря на то, что Верховный суд РФ в Постановлении Пленума № 3 определил понятие «порочащие сведения», определение данного обстоятельства до сих пор вызывает на практике проблемы в выборе критериев, необходимых для правильной правовой оценки.

«Верховный суд РФ относит к порочащим сведениям утверждения о том, что лицо нарушило действующее законодательство, совершило нечестные действия, непристойное и неэтичное поведение в личной, общественной или политической жизни, недобросовестно вело производственно-хозяйственную или коммерческую деятельность, нарушило деловую этику или обычаи делового оборота, нанесло ущерб чести и достоинству граждан или деловой репутации юридического лица» [23].

Таким образом, Верховный суд РФ признает обязанность учитывать правовую позицию Европейского суда по правам человека о разнице между фактическими заявлениями и субъективной оценкой журналистом событий, представляющих общественный интерес.

Чтобы определить, что раскрытая информация является диффамацией, спорный фрагмент должен содержать утверждение о фактах. Верховный суд Российской Федерации (в соответствии с прецедентным правом Европейского суда по правам человека) проводит различие между понятиями «утверждения о фактах» и «суждения, мнения и убеждения» на основании критерия того, являются ли эти утверждения доказуемо истинными [2].

Эта возможность распространяется только на фактические утверждения; оценочные суждения, с другой стороны, являются выражением личного (субъективного) мнения автора и не подлежат такому контролю, а потому не подпадают под действие статьи 152 Гражданского кодекса, если только такие

суждения, мнения и взгляды не являются порочащими. Содержание порочащих сведений оценивается экспертами.

Представляется, что заключение психолингвистической экспертизы, как и любое другое экспертное заключение, не является исследованием правовых вопросов и выводов. Правовое решение полностью находится в компетенции суда.

В этом контексте психологические и лингвистические знания, призванные ответить на вопросы о воздействии содержащихся в тексте утверждений или информации на конкретное лицо (читателя или заявителя), представляются не слишком полезными для классификации диффамационной информации (информации о нарушении законности публичной предпринимательской деятельности).

Данный вывод подтверждается современной судебной и арбитражной практикой. Например, Арбитражный суд Уральского округа пояснил: «Оснований для назначения судебной экспертизы (статья 82 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации) судом не установлено, поскольку поставленные перед экспертом вопросы касаются правовых проблем, решение которых не требует знания языка. Спор разрешается на основании имеющихся в деле доказательств, которые арбитражный суд считает в целом достаточными для установления фактов, имеющих значение для дела» [25].

Несоблюдение хотя бы одного из обязательных условий для заявления (информация должна быть клеветнической, раскрытой и ложной) является основанием для отказа в удовлетворении сделанного заявления [5].

Лицо, распространяющее информацию, освобождается от ответственности, если докажет, что информация полностью соответствует действительности. Нет необходимости доказывать, что каждое слово или предложение в оспариваемом заявлении соответствует действительности. Именно ответчик должен доказать, что оспариваемое утверждение соответствует действительности, принимая во внимание буквальное значение

слов в тексте сообщения. Именно суд будет решать, какое утверждение определяет суждение о сообщении в целом.

Если лицо, распространившее порочащие сведения, установить невозможно, заявление о признании их ложными должно рассматриваться в отдельном порядке. В таких случаях решением суда будет установлено, что порочащие сведения являются ложными, и они могут быть опубликованы в СМИ после вступления решения в законную силу.

«Правовая защита осложняется при исполнении судебных приказов об удалении порочащей информации. На практике часто встречаются случаи, когда автора материала невозможно установить, а «ложный» материал остается на сайтах социальных сетей в течение длительного времени.

Усилия законодателей по обеспечению исполнимости судебных приказов об удалении порочащих сведений и быстрое внедрение механизмов защиты деловой репутации юридических лиц не привели к желаемым результатам. На практике возникают проблемы при применении описанных инструментов в совокупности с уже существующими инструментами защиты корпоративной репутации.

На подготовку и публикацию исполнительных документов уходит около недели, а на возбуждение исполнительного производства после подачи документов в исполнительный суд - шесть дней. Еще одна проблема заключается в том, что требование об удалении порочащей информации часто связано с требованием опубликовать отказ от ответственности за спорную информацию.

Если отказ от ответственности опубликован на той же странице, что и порочащая информация, блокировка сайта может сделать невозможной публикацию отказа от ответственности. Кроме того, поправка не регулирует процедуру исключения сайтов из списка запрещенных в случае удаления информации, что потенциально может повлиять на деятельность СМИ и интернет-платформ» [9].

Таким образом, новый механизм защиты корпоративной репутации, направленный на быстрое исполнение судебных решений и превентивную функцию, несовершенен и противоречит существующим методам. Этот вопрос требует законодательных изменений с учетом уже существующей системы защиты от диффамации. Помимо обстоятельств, перечисленных и раскрытых в пункте 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 3, для правильного разрешения дел о защите корпоративной репутации необходимо исследование и оценка арбитражным судом обстоятельств, препятствующих применению гражданско-правовой ответственности по статье 152 ГК РФ [26].

Рассмотрим положения статьи 57 Закона о СМИ, содержащей закрытый перечень оснований, по которым редакции, главные редакторы или журналисты могут быть освобождены от ответственности, если они распространили ложную информацию, оскорбляющую честь и достоинство граждан и организаций, либо нарушающую права и законные интересы граждан, либо наносящую вред здоровью и (или) развитию детей, либо являющуюся злоупотреблением свободой печати и (или) журналистскими правами [38].

Согласно толкованию указанных норм в постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения законодательства Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», при подготовке статей, основанных на интервью, СМИ могут редактировать первоначальный текст без изменения его смысла и слов интервьюера [27]. Если при воспроизведении репортажа, его материалов или фрагментов в СМИ были внесены изменения и комментарии, меняющие смысл сделанных заявлений, редакция СМИ, главный редактор или журналисты не могут быть освобождены от ответственности по пунктам 4 и 6 части 1 статьи 57 Закона РФ "О средствах массовой информации". Статья 57(1) Закона о СМИ.

«Примечательно также, что практика Верховного суда по делам о защите корпоративной репутации не использует такие категории, как «переформулировка», для оценки характера фактических утверждений, как это происходит в комментируемых делах. Однако в прецедентном праве и арбитражной практике существует широкий подход, согласно которому суды отказывают в удовлетворении исков, когда оспариваемые заявления являются заявлениями журналистов о мнениях и суждениях собеседников.

Такие высказывания могут быть как пересказом, так и прямой речью. Однако даже в практике арбитражных судов устные конструкции, являющиеся собственными формулировками автора и основанные на искажении полученной информации или создании информации заведомо противоречащей действительности, не признаются дословными копиями чужих высказываний в делах о защите корпоративной репутации» [22].

Как разъяснил Верховный суд РФ, дословное воспроизведение сообщений, материалов и фрагментов представляет собой цитирование, не меняющее их смысла и воспроизводящее слова автора без искажений. Однако фрагменты, вырванные из контекста, но точно процитированные, могут иметь значение, противоположное смыслу, заложенному в речи, сообщении или материале.

Вполне вероятно, что решение более общих вопросов, связанных с различным толкованием правовых норм судами, используемыми методами и критериями вынесения решений, потребует от Верховного суда обновления аннотаций дел, уточнения и, возможно, в некоторой степени развития своих правовых позиций. Следует отметить, что эта работа уже ведется в отношении той категории дел, которые были аннотированы.

Однако причины описанных выше практических проблем могут быть рассмотрены на предмет их устранения только после того, как они будут решены. Что касается устранения процессуальных нарушений в судебной и арбитражной практике, то единственным вариантом на национальном уровне, без привязки к какой-либо конкретной категории дел, является то, что органы

надзора должны действовать с учетом своего назначения и пределов своих полномочий.

Арбитражный процессуальный кодекс, действующий в Российской Федерации, потенциально позволяет апелляционным и кассационным судам исправлять недостатки, связанные с неполным исследованием фактической стороны дела, неадекватным применением норм материального права, серьезными нарушениями процессуального права нижестоящими судами и основных гарантий справедливого судебного разбирательства.

Таким образом, доказать, что деловой репутации юридического лица был нанесен ущерб, в настоящее время очень сложно. Отсутствие руководящих принципов, согласованных подходов и прецедентного права негативно сказывается на правоприменении. Введение правовых презумпций и четких определений предмета доказывания и бремени доказывания поможет решить эти проблемы.

Обычные суды рассматривают споры, если правоотношения не связаны с предпринимательской или иной экономической деятельностью.

Законодатель трактует предпринимательскую деятельность как самостоятельную деятельность, осуществляемую за свой счет и на свой риск и направленную на получение регулярной прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, и которая осуществляется лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Экономическая деятельность — это самое широкое и общее понятие. Оно включает в себя экономическую деятельность, предпринимательскую деятельность, коммерческую деятельность, деятельность, приносящую доход, предпринимательскую деятельность и коммерческую деятельность.

Например, решением от 13 октября 2016 года по делу № 2-13123/2016 Якутский городской суд удовлетворил иск автономной некоммерческой организации "Издательская группа "Якутск Вечерний" против Т. К. Инокентьевой и В. В. Семенова о защите репутации компании. В данном

случае правоотношения не касались предпринимательской или иной экономической деятельности, а были связаны с деятельностью организации средств массовой информации.

Напротив, решением Арбитражного суда Свердловской области от 31 октября 2019 года по делу А60-34200/2019 ООО "Талицкие молочные фермы" в удовлетворении иска ООО "Талицкие молочные фермы" отказано, поскольку информация, предоставленная "Роскачеством", была верной.

Данные споры подпадают под юрисдикцию арбитражного суда, поскольку правовые вопросы связаны с хозяйственной деятельностью компании. В целом, процессуальные особенности рассмотрения и разрешения данной категории дел в судах общей юрисдикции схожи с процедурами арбитражных судов.

Поэтому, по общему правилу, дела, связанные с защитой корпоративной репутации в судах общей юрисдикции, должны рассматриваться в порядке подачи иска в соответствии со статьями 131 и 132 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации. Однако, если невозможно установить лицо, распространившее ложные сведения, и невозможно получить информацию о владельце сайта, или если домен находится за пределами территории Российской Федерации, суд признает сведения диффамацией, но будет рассматривать дело в соответствии со специальными процессуальными правилами.

Что касается срока исковой давности, то общее правило не распространяется на случаи диффамации, такие как опровержения и разоблачения при распространении информации через СМИ, так как в этом случае действуют особые сроки. Согласно статье 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, срок исковой давности составляет один год, если редакция средства массовой информации отказывается опубликовать опровержение или ответ на порочащие сведения, ранее опубликованные в том же средстве массовой информации. Годичный срок может быть восстановлен при наличии уважительных причин, в противном случае суд откажет в

удовлетворении иска на том основании, что СМИ необоснованно отказало в опровержении сведений. Однако такой отказ не лишает компанию возможности обратиться в суд для защиты деловой репутации юридического лица.

Вопрос доказывания по данной категории дел напрямую влияет на правила распределения бремени доказывания. Согласно статье 56 Гражданского процессуального кодекса РФ, каждая сторона должна доказать факты, на которые она ссылается в обоснование своих требований и возражений. Однако в делах о диффамации существует презумпция, что бремя доказывания лежит на ответчике.

Важность этой презумпции заключается в том, что с заявителя снимается бремя доказывания. Однако материальный смысл презумпции заключается в том, что ответчик понесет ущерб, если не сможет доказать обратное.

В делах о диффамации суд признает факт распространения порочащих и/или ложных сведений, если ответчик не докажет обратное. Иск о диффамации подается юридическим лицом, действующим на основании законов, уставов, нормативных актов, или надлежащим образом уполномоченным представителем. Когда суд получает иск, он проверяет, имеет ли истец право на его подачу. Суд возвращает иск в своем решении, если иск подан лицом, не имеющим права подавать иск.

Лицо или компания, указанные истцом в качестве ответчика по делу, могут не являться надлежащей стороной. В данной категории дел возникают трудности с определением надлежащего ответчика.

По общему правилу, надлежащими ответчиками по искам являются авторы порочащих сведений и лица, распространившие их. Утверждение истца о том, что конкретное юридическое или физическое лицо является распространителем порочащих сведений и что эти сведения не соответствуют действительности, является достаточным для установления ответственности.

Глава 3 Способы защиты деловой репутации юридического лица

3.1 Опровержение сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица и право на ответ

Суды общей юрисдикции рассматривают споры, если правоотношения не связаны с предпринимательской или иной экономической деятельностью.

Законодатель трактует предпринимательскую деятельность как самостоятельную деятельность, осуществляемую за свой счет и риск и направленную на регулярное получение прибыли путем использования товаров, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, и осуществляемую лицами, зарегистрированными в этом качестве, в установленном законом порядке.

Экономическая деятельность является наиболее широким и общим понятием. Оно включает в себя хозяйственную деятельность, предпринимательскую деятельность, деловую деятельность, профессиональную деятельность, деятельность, приносящую доход, предпринимательскую деятельность и коммерческую деятельность. Например, решением Якутского городского суда от 13 октября 2016 года по делу № 2-13123/2016 удовлетворен иск автономной некоммерческой организации "Редакционная группа "Якутск вечерний" к Т. К. Инокентьевой и В. В. Семенова о защите корпоративной репутации решением от 13 октября 2016 года по делу № 2-13123/2016. В данном случае правоотношения были связаны не с предпринимательской или иной экономической деятельностью, а с деятельностью средства массовой информации.

Напротив, решением Арбитражного суда Свердловской области от 31 октября 2019 года по делу А60-34200/2019 ООО "Талицкие молочные фермы" в удовлетворении иска ООО "Талицкие молочные фермы" было отказано, поскольку информация, предоставленная "Роскачеством", была верной.

Данные споры подпадают под юрисдикцию арбитражного суда, поскольку правоотношения связаны с хозяйственной деятельностью компании. В целом, процессуальные особенности рассмотрения и разрешения данной категории дел в судах общей юрисдикции схожи с рассмотрением дел в арбитражных судах. Так, рассмотрение дел, связанных с защитой репутации предприятия, в судах общей юрисдикции, как правило, происходит в порядке, предусмотренном статьями 131 и 132 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации для представления дел. Однако, если невозможно установить лицо, распространившее ложные сведения, а в случае распространения таких сведений в Интернете невозможно выяснить информацию о владельце сайта, или если домен находится за пределами Российской Федерации, суд признает такие сведения порочащими, но дело будет рассматриваться по правилам особого производства.

Что касается срока исковой давности, то общее правило не применяется к выбору диффамационных исков, таких как опровержение и публикация в СМИ, поскольку здесь действуют определенные временные рамки [39].

Согласно статье 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, срок исковой давности составляет один год, если СМИ отказывается опровергнуть или ответить на порочащие сведения, ранее опубликованные в том же СМИ. Годичный срок может быть восстановлен при наличии веских оснований, в противном случае суд откажет в удовлетворении иска на том основании, что СМИ необоснованно отказалось опровергнуть сведения. Однако такой отказ не препятствует принятию мер по защите деловой репутации юридического лица. Предмет бремени доказывания по данной категории дел имеет прямую связь с правилами, касающимися распределения бремени доказывания.

Согласно статье 56 Гражданского процессуального кодекса РФ, каждая сторона должна доказать обстоятельства, лежащие в основе ее требований и возражений. Однако в делах о диффамации действует презумпция доказанности, которая гласит, что бремя доказывания лежит на ответчике. Это означает, что истец освобождается от бремени доказывания. Однако

материальный смысл презумпции заключается в том, что ответчик понесет негативные последствия, если не сможет доказать обратное. В делах об интеллектуальной собственности суды признают распространение порочащей и/или ложной информации, если ответчик не докажет обратное.

Иски о диффамации могут подавать юридические лица, деятельность которых регулируется законами, уставами или положениями, или их уполномоченные представители. При принятии иска суд должен убедиться, что истец имеет право на его подачу. Суд должен отклонить иск в своем решении, если иск подан лицом, не имеющим права подавать иск. Лицо или компания, указанные истцом в качестве ответчика в иске, могут быть стороной, не имеющей права на подачу иска. В этой категории дел возникают трудности с определением надлежащего ответчика.

По общему правилу ответчики по судебным делам сами являются авторами ложных порочащих сведений и распространителями таких сведений.

Утверждения заявителя о том, что конкретная организация или лицо распространяют клеветническую и ложную информацию, достаточно для привлечения их к ответственности.

Существует несколько проблем с привлечением к ответственности за клеветнические высказывания в СМИ и Интернете. Как указал Пленум Верховного суда РФ, "если оспариваемые сведения были распространены в СМИ, то ответчиками являются сами авторы и редакция данного СМИ. Если сведения были распространены в СМИ, где указано лицо, названное в качестве источника, то это лицо также является надлежащим ответчиком. СМИ также может быть ответчиком, если автор информации не указан, например, в случае газетной статьи. СМИ может быть ответчиком, даже если оно не является юридическим лицом. Существуют исключения, если информация, опубликованная в СМИ, получена из материалов государственных органов или ответов других организаций. Журналисты и редакторы освобождаются от ответственности за распространение порочащей информации [28].

Основания для освобождения СМИ от ответственности являются исчерпывающими, однако это не исключает возможности предъявления исков об опровержении информации. После внесения изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации⁴, компании теперь имеют возможность защищать неэкономические права, даже если нет ответчиков. Законное лицо может заявить о недостоверности информации, если ее автор не может быть установлен.

Данная ситуация является исключением из общего правила, согласно которому информация, признанная ложной, должна рассматриваться в отдельном производстве. Федеральный закон от 2 июля 2013 года № 142-ФЗ "О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" усложнил работу судов по делам о диффамации в интернете. Если сайт не зарегистрирован в качестве поставщика услуг СМИ, то возникают значительные трудности с определением надлежащего ответчика. Гражданское законодательство не объясняет, каким образом виновная сторона должна нести ответственность или хотя бы кто должен нести ответственность.

Среди исследователей гражданского права нет единого мнения по этому вопросу. Судебная практика также неоднозначна. Как установил Конституционный суд РФ, по общему правилу, при публикации порочащих сведений на интернет-ресурсах, находящихся в его распоряжении, даже если автора установить невозможно, ответственность за их публикацию несет именно публикатор ложной информации, а не собственники и управляющие. Однако это не освобождает владельцев и управляющих от обязанности удалить ложную информацию.

Это наиболее правильный подход, иначе количество дел о защите деловой репутации юридических лиц в судах общей юрисдикции возрастет, что увеличит нагрузку на судей. Существуют академические споры о том, кого считать надлежащим ответчиком: владельца сайта, хостинг-провайдера или оператора домена. Однако, поскольку ученым не хватает знаний в области

компьютерных наук и информационных технологий, они не всегда приводят точные аргументы о том, кого следует включать в качестве ответчика по данным категориям дел. Подобные проблемы существуют при подготовке исков представителями юридических лиц и в судебной работе.

Возможность анонимного доступа через VPN-сервисы, где пользователи используют скрытые IP-адреса для доступа к самым разным веб-сайтам, усугубляет проблему. Например, комментарии под видео на YouTube, где пользователи платформы могут видеть мнения всех, кто комментировал, и оставлять свои собственные комментарии. Но "автора" мнения найти невозможно [40].

Что должен делать истец в таком случае? Обычно компании подают иски об удалении информации с сайтов в отдельном порядке, в котором не требуется указывать обвиняемую сторону. В отношении информации, распространяемой в Интернете и зарегистрированной в качестве СМИ, применяются правила об ответственности за нарушение Закона о СМИ, предусмотренные главой 1, главой 7 Закона РФ "О средствах массовой информации". Некоторые эксперты считают, что диффамация в Интернете происходит при взаимодействии нескольких лиц: владельца сайта и хостинг-провайдера. Поэтому ответчиком может быть как лицо, разместившее информацию на платформе, так и владелец самого ресурса. При расследовании и вынесении решения по делу о диффамации обычный суд должен установить следующее: лицо, уполномоченное публиковать информацию на сайте и отвечающее за ее качество; факт того, что ответственное лицо зашло на сайт и опубликовало информацию; доказательства того, что конкретный субъект принимал непосредственное участие в публикации.

Если владелец нанимает других лиц для выполнения технической работы, ответственность по договору распределяется между ними. Только интернет-издания со статусом исполнителя СМИ могут использовать это положение для своей защиты. Стороны часто сопровождаются помощниками

юристов. В категории дел о диффамации они могут включать экспертов, практикующих юристов и свидетелей.

Нередко суды и стороны назначают лингвистов для проведения лингвистического анализа спорной информации, чтобы обеспечить правильное и справедливое рассмотрение дела и вынесение решения. До появления судебной лингвистической экспертизы анализы проводились профессорами лингвистики университетов и исследователями, которые не несли ответственности за свои выводы.

В настоящее время к экспертизе по данной категории дел применяются положения Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации: порядок, права и обязанности, сроки. Дать заключение по вопросам, поставленным в экспертизе, может только эксперт Института судебных экспертов.

Для принятия обоснованного и аргументированного решения судам часто приходится привлекать эксперта для дачи заключения о содержании конкретной статьи или журнального письма, чтобы установить языковые выражения или знаки с точки зрения жанра, композиции или лексико-грамматической формы и содержания.

Суд принимает решение о назначении эксперта в соответствии с нормами Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации. Это означает, что эксперт, группа экспертов или специализированное учреждение наделяются особым статусом в виде набора процессуальных прав и обязанностей по участию в судебном разбирательстве в качестве лица, содействующего отправлению правосудия. Такой же правовой статус предоставляется экспертам, которые также часто участвуют в делах о диффамации.

Их роль заключается в предоставлении разъяснений и советов, когда не требуется осмотр специалиста, но есть некоторые вопросы, которые необходимо прояснить на основе опыта специалиста.

Одной из особенностей рассмотрения данной категории дел судами общей юрисдикции является низкая эффективность правовых норм о компенсации ущерба корпоративной репутации. Доказательства и доказывание.

Специфика определения доказательств в делах о деловой репутации Доказательства, подтверждающие распространение порочащей информации, могут быть разнообразными, но должны отвечать требованиям относимости и допустимости (видео- и аудиозаписи, показания свидетелей, знание языка). Чтобы доказать, что конкретное лицо распространило информацию в Интернете, необходимо получить доступ к протоколам безопасности сайта, записям провайдера, проанализировать и установить связь между владельцем устройства и опубликованной информацией, точку доступа, которая может находиться в другой стране.

В случаях, когда данные находятся под угрозой удаления, в качестве доказательства часто используются заверенные протоколы проверок веб-сайта. Этот протокол часто является единственным значимым доказательством в делах о диффамации. В процессе, по просьбе юридического лица, нотариус проследит и сообщит о расследовании платформы и приложит формуляр о нотариальных действиях, совершенных в отношении веб-сайта.

Этот шаг помогает обеспечить немедленную регистрацию информации, когда существует риск, что информация может быть утеряна в результате действий автора. Заверение нотариусом и регистрация информации не требует доказательств в судебном процессе и считается доказательством [41].

Суды решают вопросы о доказательствах, рассматривая обстоятельства каждого дела, обращая внимание непосредственно на само доказательство, причины его утраты и вероятность его утраты. В гражданском процессе, возбужденном в целях защиты деловой репутации юридического лица, важно установить предмет доказывания: все юридические факты и фактические обстоятельства в их совокупности.

Одной из процессуальных особенностей доказывания по делам о диффамации является определение доказательства, которое включает три правовых элемента: распространение информации, характер диффамации и ее правдивость. Отсутствие любого из этих элементов является основанием для отмены решения.

Если компания полагается на опровержение информации, раскрытой в СМИ, она должна раскрыть юридическую личность СМИ, чтобы определить, кто является надлежащим ответчиком. Если истец ранее обращался к СМИ с просьбой опровергнуть информацию, этот факт также должен быть включен в доказательства. Юридические лица также имеют право требовать возмещения ущерба, причиненного их репутации, а также опровержения порочащих сведений об их деловой репутации.

Судебная практика показывает, что судьба исков о диффамации, вытекающих из основного иска, во многом зависит от разрешения иска об опровержении порочащих ложных сведений, поскольку это означает, что суд признает наличие деликта, заведомо являющегося основанием для иска о диффамации.

Однако это не приводит к автоматическому признанию иска о возмещении убытков, поскольку сторона должна доказать, помимо прочего, хорошую репутацию компании.

Существует несколько проблем, связанных с подачей исков против порочащих заявлений в СМИ и Интернете. Как указал Пленум Верховного суда РФ, «если оспариваемые сведения были распространены в СМИ, то надлежащими ответчиками являются автор и редакция соответствующего СМИ. Если информация была распространена в СМИ с указанием источника, то такое лицо также может стать ответчиком» [29].

Ответчиком является редакция СМИ, если информация не предоставлена, например, в газетной статье. Кроме того, ответчиками могут быть и средства массовой информации, даже если они не являются юридическими лицами. Исключение составляют случаи, когда информация,

опубликованная в СМИ, исходит из материалов государственных органов, ответов других организаций. Журналисты и редакторы освобождаются от ответственности за распространение порочащей информации.

Все основания для освобождения СМИ от ответственности являются исчерпывающими, однако это не исключает возможности предъявления исков об отзыве информации. После внесения изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации, компании теперь имеют возможность защищать неэкономические права, даже если нет ответчика. Законное лицо может заявить, что информация является недостоверной, если ее автор не может быть установлен.

Данная ситуация является исключением из общего правила, согласно которому информация, признанная ложной, должна рассматриваться в отдельном производстве. Федеральный закон от 2 июля 2013 года № 142-ФЗ "О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" усложнил работу судов по делам о диффамации в Интернете. Когда веб-сайт не зарегистрирован в качестве поставщика медиа-услуг, возникают значительные трудности с определением надлежащего ответчика. Гражданское законодательство не объясняет, каким образом виновный должен нести ответственность или, по крайней мере, кто должен нести ответственность.

Среди исследователей гражданского права нет единого мнения по этому вопросу. Судебная практика также неоднозначна. Как установил Конституционный суд РФ, по общему правилу, при публикации порочащих сведений на интернет-ресурсах, находящихся в его распоряжении, даже если автора установить невозможно, ответственность за их публикацию несет именно публикатор ложной информации, а не собственники и управляющие. Однако это не освобождает владельцев и управляющих от обязанности удалить ложную информацию.

Это наиболее правильная позиция, иначе количество дел о защите деловой репутации юридических лиц в судах общей юрисдикции увеличится

в несколько раз, что увеличит нагрузку на судей. Среди ученых ведутся споры о том, кто является надлежащим ответчиком: владелец сайта, хостинг-провайдер или оператор домена.

Однако, не обладая знаниями в области ИТ и информационных технологий, ученые не всегда могут правильно аргументировать, кого следует обвинять в таких делах. Подобные проблемы существуют при подготовке заявлений по делу представителями юридических лиц и в судебной работе.

Возможность анонимного доступа через VPN-сервисы, где пользователи используют скрытые IP-адреса для доступа к самым разным веб-сайтам, усугубляет проблему. Например, комментарии под видео на YouTube, где пользователи платформы могут видеть мнения всех, кто комментировал, и оставлять свои собственные комментарии. Но "автора" мнения найти невозможно.

Что должен делать истец в таком случае? Обычно компании подают запрос на удаление информации с веб-сайта в рамках отдельной процедуры, в которой не обязательно указывать имя ответчика. Информация, размещенная в Интернете и зарегистрированная в качестве СМИ, защищена положениями об ответственности за нарушение Закона о СМИ в главе 1, статье 7 Закона о СМИ. Некоторые эксперты считают, что диффамация в Интернете предполагает взаимодействие нескольких сторон: владельца сайта и хостинг-провайдера. Поэтому ответчиком может быть как лицо, разместившее информацию на платформе, так и владелец самого ресурса. При расследовании и вынесении решения по делу о диффамации обычный суд должен установить следующие факты: лицо, уполномоченное публиковать информацию на сайте и отвечающее за ее качество; факт того, что ответственное лицо зашло на сайт и опубликовало информацию; доказательства того, что конкретная организация принимала непосредственное участие в публикации.

Если владелец поручает техническую работу третьим лицам, ответственность распределяется между ними в соответствии с договором.

Только интернет-издания со статусом медиа-актера могут использовать это положение для своей защиты. Сторонам часто помогают юридические помощники. В категории дел о диффамации они могут включать экспертов, специалистов и свидетелей.

Нередко суды и стороны назначают лингвистов для проведения лингвистического анализа спорной информации, чтобы обеспечить правильное и справедливое рассмотрение и решение дел. До появления судебной лингвистической экспертизы анализы проводились профессорами лингвистики и учеными, которые не несли ответственности за свои выводы.

В настоящее время к экспертизе по данной категории дел применяются положения Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации: порядок, права и обязанности, сроки. Дать заключение по вопросам, поставленным в экспертизе, может только эксперт Института судебных экспертов.

Для принятия обоснованного и аргументированного решения судам часто приходится привлекать эксперта для дачи заключения о содержании конкретной журнальной статьи или письма, чтобы установить жанр, состав, лексику или содержательный характер выражения или лингвистического знака.

Суд принимает решение о назначении эксперта в соответствии с нормами Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации. Это означает, что эксперт, группа экспертов или специализированное учреждение наделяются особым статусом в виде набора процессуальных прав и обязанностей по участию в судебном разбирательстве в качестве лица, содействующего отправлению правосудия. Такой же правовой статус предоставляется экспертам, которые также часто участвуют в делах о диффамации.

Их роль заключается в предоставлении разъяснений и советов, когда не требуется осмотр специалиста, но есть некоторые вопросы, которые необходимо прояснить на основе опыта специалиста.

Одной из особенностей рассмотрения данной категории дел судами общей юрисдикции является низкая эффективность правовых норм о компенсации ущерба корпоративной репутации.

Доказательства распространения порочащей информации могут быть различными, но должны отвечать требованиям относимости и допустимости (видео- и аудиозаписи, показания свидетелей, знание языка).

Чтобы доказать, что кто-то распространил информацию в Интернете, необходимо получить доступ к протоколам безопасности веб-сайтов, записям поставщиков услуг, проанализировать и установить связь между владельцем устройства и размещенной информацией, к точкам доступа, которые могут находиться в других странах. Для фиксации доказательств в случаях, когда информация находится под угрозой стирания, нотариусы часто используют протоколы проверки веб-сайтов в качестве средства обеспечения доказательств. Эти протоколы часто являются единственным значимым доказательством в делах о диффамации.

В рамках таких действий нотариус по запросу юридического лица проведет поиск, а затем создаст отчет о проверке платформы, сопровождаемый расшифровкой действий нотариуса на сайте.

Суды решают вопросы о доказательствах, рассматривая обстоятельства каждого дела, обращая внимание непосредственно на само доказательство, причины его утраты и вероятность его утраты. В гражданском процессе, возбужденном в целях защиты деловой репутации юридического лица, важно установить предмет доказывания: все юридические факты и фактические обстоятельства в их совокупности.

Одной из процессуальных особенностей доказывания по делам о диффамации является определение доказательства, которое включает три правовых элемента: распространение информации, характер диффамации и ее достоверность. Отсутствие любого из этих элементов является основанием для прекращения дела. Когда компания требует опровержения информации, распространенной в СМИ, редакция СМИ должна предоставить информацию

о статусе юридического лица, чтобы определить, кто является надлежащим ответчиком. Кроме того, если истец ранее обращался в СМИ с просьбой опровергнуть информацию, этот факт также будет являться частью доказательств. Помимо опровержения порочащих сведений, юридические лица также имеют право требовать компенсации за ущерб, нанесенный их репутации.

Судебная практика показывает, что судьба исков о диффамации, вытекающих из основного разбирательства, во многом зависит от разрешения иска об оспаривании порочащих ложных сведений, поскольку это будет означать, что суд признает известное заблуждение причиной диффамации.

Презумпция означает, что информация считается недостоверной, пока ответчик не докажет обратное. В Закон о защите корпоративной репутации юридических лиц недавно были внесены существенные изменения и дополнения. Однако остается ряд нерешенных вопросов, требующих дальнейшего реформирования процессуального законодательства, толкования Конституционным судом РФ и единообразной практики Верховного суда РФ.

Итак, подведем обоснованные выводы. Юридическое лицо имеет право на защиту своей деловой репутации от порочащих сведений. Если такие сведения распространены, юридическое лицо может обратиться в суд с иском о защите своей репутации и требованием возмещения убытков.

При этом, если распространение порочащих сведений производилось в СМИ или других публичных источниках, юридическое лицо имеет право на опровержение этих сведений в том же СМИ или другом публичном источнике. Опровержение должно быть достаточно широким и заметным, чтобы компенсировать ущерб, нанесенный деловой репутации юридического лица.

Также юридическое лицо может использовать право на ответ на порочащие сведения. Это означает, что оно может опубликовать свой ответ на эти сведения в том же СМИ или другом публичном источнике. Ответ должен быть аргументированным и содержать факты, подтверждающие недостоверность порочащих сведений.

В целом, юридическое лицо имеет право на защиту своей деловой репутации и может использовать различные способы для ее защиты, включая опровержение и право на ответ.

3.2 Возмещение убытков и компенсация репутационного вреда как способы защиты деловой репутации

Несмотря на то, что современное законодательство хорошо проработано, оно все еще содержит некоторые недостатки, относительно возмещения убытков и компенсации вреда. Суды занимают две противоположные позиции относительно возможности предъявления исков о возмещении ущерба, причиненного репутации организации.

С одной стороны, закон предусматривает финансовую компенсацию только в случае ущерба, причиненного законным лицом. С другой стороны, приобретение не содержит прямого запрета на такую компенсацию. Позиция высших судов также неясна. На данный момент вопрос о том, могут ли организации получать компенсацию за ущерб, нанесенный их репутации, остается открытым.

Согласно прежней редакции статьи 152 Гражданского кодекса РФ, правила данной статьи применяются к юридическим лицам бессрочно, включая компенсацию морального вреда (статья 152, пункт 7 Гражданского кодекса РФ). Это право также активно используется внутренними органами в судебных разбирательствах для защиты репутации компании.

Действующим законодательством не предусмотрена компенсация морального вреда, причиненного юридическим лицом. Способы защиты деловой репутации юридического лица включают отказ от ложных сведений, порочащих деловую репутацию организации, и возмещение убытков, причиненных распространением таких сведений, в судебном порядке.

Однако юридические лица все чаще обращаются за компенсацией нематериального ущерба, причиненного порочащей информацией. В

обоснование таких требований такие организации указывают, что "репутационный ущерб" имеет иную природу, чем "моральный ущерб", и относится не к моральным страданиям юридического лица, а к ущербу репутации организации, который чаще всего влияет на непрерывность деятельности организации и вызывает реальные потери во времени.

Поэтому неудивительно, что формирующаяся судебная практика в отношении потери репутации является довольно противоречивой. Существуют два принципиально разных подхода к рассмотрению таких исков.

Например, сторонники первого подхода утверждают, что возмещение репутационного вреда может быть присуждено только в том случае, если доказан факт распространения порочащей информации. По мнению суда, распространение порочащей информации может создать образ недобросовестной организации, и штрафные убытки являются средством защиты в этом случае. Карательные убытки не могут восстановить юридическое лицо в его первоначальном положении, но они могут покрыть неденежный ущерб, имеющий экономическую ценность [1].

В данном случае суд опирался на следующие аргументы в поддержку своей позиции.

«Во-первых, прецедентное право Европейского суда по правам человека о взыскании таких убытков в пользу организации-заявителя. По мнению ЕСПЧ, такая компенсация предназначена для возмещения нефинансовых убытков, которые не поддаются точной количественной оценке. ЕСПЧ неоднократно отмечал, что нефинансовые убытки, причиненные компаниям, могут включать различные виды требований, как объективного, так и субъективного характера. К ним могут относиться: ущерб репутации предприятия, неопределенность в принятии плановых решений, препятствия в управлении предприятием (для которых, соответственно, не существует четкого метода их количественной оценки) и, наконец, хотя и в меньшей степени, неудобства и раздражение руководителя предприятия.

Во-вторых, Конституционный суд РФ в Определении № 508-О от 04.12.2003 сформулировал правовую позицию о том, что юридические лица вправе требовать возмещения убытков, причиненных нарушением деловой репутации, включая неэкономические убытки и неэкономический ущерб, который имеет свой характер, отличающийся от неэкономических убытков, вытекающих из существа нарушенного неэкономического права и характера последствий такого нарушения. Однако тот факт, что в законодательстве нет прямого указания на данную форму защиты деловой репутации, не влияет на возможность реализации данного права» [4].

Сторонники второго подхода считают, что этимология репутационного вреда схожа с моральным вредом, и поэтому компенсация неденежного ущерба (репутационного вреда), причиненного юридическими лицами, не может быть востребована, так как российское законодательство прямо запрещает это (статья 152 (11) Гражданского кодекса РФ). Таким образом, суд пришел к выводу, что запрет на компенсацию морального вреда, причиненного юридическими лицами, является обязательным и допускается только компенсация экономического ущерба, то есть фактически понесенных убытков.

Более того, в статье 12 Гражданского кодекса Российской Федерации и других применимых законах не упоминается такой способ защиты, как возмещение нефинансового (репутационного) ущерба, и, следовательно, возможность его использования полностью исключена. Судебное толкование не должно противоречить ясно выраженной воле законодателей, иначе суды будут выполнять ненадлежащую законодательную функцию, изменяя содержание федеральных законов, что нарушит конституционный принцип разделения властей (статья 10 Конституции РФ) [16]. Право определять способы защиты прав граждан является прерогативой законодателей, а не судов (включая Конституционный суд).

Исходя из вышеприведенного объяснения, каждая позиция имеет точную причину. Другими словами, компенсацию нематериального ущерба

нельзя сравнивать с компенсацией нематериального вреда, так как цель и причина реализации различны. В этом случае остается место для компенсации морального вреда [1].

Однако, с другой стороны, следует также рассмотреть вопрос о законодательном запрете моральной компенсации юридическим лицам в контексте судебного разрешения споров. Этот вопрос не был разъяснен в документе "Обзор практики судебного рассмотрения споров в Верховном Суде Российской Федерации", утвержденном 16 марта 2016 года. 16 марта 2016 года Президиум Верховного Суда Российской Федерации утвердил документ "Обзор практики рассмотрения судами споров по делам, связанным с защитой деловой чести, достоинства и деловой репутации" [32].

«В контексте судебного пересмотра Верховный суд просто подтвердил новизну рассматриваемого закона, указав, что применение правила о компенсации морального вреда исключено в случае разглашения сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица, и что в соответствующей ситуации может быть заявлено требование о компенсации убытков, причиненных разглашением таких сведений.

Вопрос о том, возможно или невозможно возместить ущерб за репутационный вред, который не связан конкретно с имущественным ущербом, остается без ответа. Однако недавно Верховный суд четко подтвердил возможность возмещения ущерба за потерю репутации. В то же время Верховный суд также подтвердил, что факт распространения порочащей истца информации не доказывает, что репутации был нанесен ущерб, и не является основанием для выплаты адекватной денежной компенсации за необоснованный ущерб репутации. Истец должен доказать обстоятельства, на которых основано его требование, то есть наличие у него сложившейся репутации в определенной сфере деловых отношений (торговля, промышленность, образование, услуги и т.д.) и реальные вредные последствия распространения порочащих сведений в виде утраты доверия к его репутации или ущерба этой репутации» [12].

Несмотря на вышеупомянутое прецедентное право, нельзя однозначно утверждать, что все противоречия будут разрешены при разрешении дел, относящихся к данной категории. Только законодатель может сделать окончательный вывод по таким противоречиям, добавив в закон понятие "репутационный риск" и разрешив компенсацию за репутационный ущерб или прямо запретив такую компенсацию [18].

Несмотря на прямой запрет компенсации морального вреда юридическим лицам, я считаю возможным применить осторожный подход, принимая во внимание, что закон прямо не запрещает иски о возмещении ущерба за потерю репутации. Действительно, если недобросовестные подрядчики не могут быть наказаны, они могут свободно распространять порочащую информацию, не опасаясь судебного преследования [33].

В этой связи юридическое определение понятия "ущерб репутации" и создание механизмов компенсации ущерба репутации, безусловно, будет способствовать эффективной реализации конституционных положений о защите нарушенных прав. Российские суды и арбитражная практика уже давно предусматривают компенсацию нефинансового (репутационного) ущерба, причиненного юридическим лицам. Однако такой способ защиты порождает определенные теоретические и практические проблемы:

- прямого законодательного положения не существует;
- существуют некоторые споры относительно концепции того, что составляет "ядро" рассматриваемого метода защиты;
- указанному методу защиты не присвоено родовое название;
- соотношение с другими способами правовой защиты деловой репутации;
- суды по-разному трактуют сущность (причины и критерии) нефинансового (репутационного) ущерба.

Анализ существующей на сегодняшний день редакции статьи 152 Гражданского кодекса РФ позволяет автору сделать вывод о том, что

компенсация вреда деловой репутации играет важную роль в возмещении юридическим лицам вреда, причиненного деловой репутации [8].

В настоящее время Высший Арбитражный Суд РФ изменил свою позицию по вопросу компенсации неденежного вреда, причиненного юридическими лицами, о чем свидетельствует арбитражная судебная практика, предусматривающая компенсацию юридическим лицам не морального вреда, а так называемого неденежного (репутационного) ущерба.

Решение Конституционного суда Российской Федерации представляет собой судебную практику для нижестоящих судов, а также демонстрирует необходимость точного определения того, понес ли заявитель нематериальный (репутационный) ущерб.

Иными словами, суд, принимая во внимание положения статьи 152 Гражданского кодекса РФ в прежней редакции, вместе со статьей 150 Гражданского кодекса РФ взыскивает с юридических лиц не моральный вред, а так называемые неденежные (репутационные) убытки, которые имеют личностное содержание и целью которых является компенсация неденежных потерь, вызванных ущербом деловой репутации юридического лица. Компенсация такого нефинансового (репутационного) вреда вполне возможна и не противоречит сути российского гражданского права [19].

Таким образом, моральный вред рассчитывается для возмещения нарушенных прав, если нарушение влечет такие последствия, как физические и нравственные страдания. Что касается компенсации неэкономического ущерба (репутационного ущерба), то сюда относится ущерб деловой репутации, который не обязательно влечет физические и нравственные страдания, но может оказать негативное влияние на деятельность юридического лица, и включает компенсацию убытков, которые не имели бы место при обычных гражданско-правовых сделках.

Можно предположить, что законодателем, предоставившим право требовать возмещения убытков исключительно юридическим лицам, могла двигать мысль о том, что, требуя возмещения убытков, юридическое лицо

может возместить ущерб, причиненный его деловой репутации. Однако сложность требования возмещения убытков заключается в том, что юридическое лицо должно доказать, что действие, вызвавшее негативные последствия, повлекло причинение вреда юридическому лицу, то есть доказать причинно-следственную связь.

Согласно статье 151 Гражданского кодекса Российской Федерации деловая репутация как нематериальный актив должна быть защищена способом, соответствующим природе и характеру данного актива. Для защиты права на деловую репутацию юридического лица способы защиты нарушенного права должны соответствовать природе юридического лица и защищаемого им права (восстановление). Речь идет о нематериальном ущербе (для репутации). В научной литературе некоторые авторы предлагают ввести в судебную практику понятие "морального ущерба" (которое используется для защиты прав физических лиц), а в контексте юридических лиц - понятие "неэкономического (репутационного) ущерба" для защиты корпоративной репутации.

Нарушение права юридического лица на добросовестность может иметь самые разные последствия - от потери доверия клиентов до реорганизации и ликвидации, которые могут привести к потере активов. В то же время следует отметить, что компенсация согласно статье 15 Гражданского кодекса РФ служит универсальным средством защиты для восстановления имущественных прав лица и возмещения материального ущерба, поскольку это средство защиты соответствует существу нарушенных материальных прав. Однако компенсация не может быть средством восстановления деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя, поскольку она не является имущественной по своей природе. Даже в случае присуждения полной компенсации за вред, причиненный юридическому лицу в результате посягательства на его деловую репутацию, не всегда возможно восстановить утраченную добрую репутацию или деловую репутацию [9, с. 90].

На основании вышеизложенного автор приходит к выводу, что штрафные санкции не могут быть эффективным способом защиты нарушенного права на деловую репутацию лица, поскольку направлены на защиту нарушенных имущественных прав. Таким образом, отсутствие законодательно установленных альтернативных средств защиты неэкономических прав является аргументом в пользу таких средств защиты.

На основании этих аргументов и анализа российского законодательства автор делает следующие выводы.

Юридическому лицу может быть причинен неденежный ущерб (ущерб репутации). Неденежный ущерб (репутационный вред) - противоправное действие (бездействие), совершенное другим лицом в отношении юридического лица с целью нанести ущерб или исказить деловую репутацию юридического лица, причинить убытки и в целом негативно повлиять на его деятельность.

Вопрос о том, может ли юридическое лицо получить компенсацию за нефинансовый (репутационный) ущерб, должен быть четко решен для того, чтобы поддержать надлежащий иск о компенсации.

Поэтому компенсация неэкономического (репутационного) ущерба служит для защиты неэкономических выгод и неэкономических прав юридического лица.

Для применения этого метода защиты должны быть выполнены следующие условия:

- характер нарушенного права, т.е. его нематериальный характер; и
- что невозможно реализовать схему компенсации за восстановление неэкономических прав.

Одним словом, понятие нефинансового (репутационного) ущерба юридическим лицам в настоящее время не рассматривается ни в законе, ни в авторитетных толкованиях Верховного суда.

Для устранения данного пробела авторы считают необходимым установить правовые нормы о компенсации неденежных (репутационных)

потерь, понесенных юридическим лицом в результате нарушения его деловой репутации, а также порядок определения размера компенсации.

Таким образом, необходимо заключить следующее. Возмещение убытков и компенсация репутационного вреда являются двумя основными способами защиты деловой репутации. Возмещение убытков — это процесс взыскания с компании или человека, который причинил ущерб вашей репутации, финансовой компенсации за понесенные убытки. Это может включать в себя потерю дохода, расходы на восстановление репутации и другие экономические потери. Возмещение убытков может быть осуществлено через судебный процесс или договорное соглашение. Компенсация репутационного вреда — это процесс возмещения нематериального ущерба, который был причинен вашей репутации. Это может включать в себя потерю доверия клиентов, падение цены акций, негативные отзывы и другие формы негативного влияния на вашу деловую репутацию. Компенсация репутационного вреда может быть осуществлена через юридический процесс или договорное соглашение. Обе эти стратегии могут помочь защитить вашу деловую репутацию и восстановить ее после нанесенного ущерба. Однако, помимо этих методов, важно также принимать меры по предотвращению негативных ситуаций и укреплению вашей репутации. Это может включать в себя разработку стратегии коммуникации, управление социальными медиа и другие меры.

Заключение

Правовая охрана прав интеллектуальной собственности остается наиболее эффективным способом защиты прав и законных интересов граждан и организаций. Неслучайно гражданское процессуальное право уделяет внимание защите этих объектов. Поскольку общественные отношения со временем усложняются, право должно создавать более эффективные механизмы их регулирования по мере развития общества.

Хорошая репутация юридического лица обладает двумя свойствами - нематериальными активами и финансовой стоимостью, - которые затрудняют применение судами мер принудительного взыскания в делах о диффамации.

Объективный контекст использования корпоративной репутации в предпринимательской деятельности требует реформирования правового регулирования и механизмов защиты.

Исследование истории развития и эволюции правовой защиты деловой репутации юридических лиц выявило динамику изменений в подходах и механизмах правовой защиты деловой репутации юридических лиц с момента зарождения данного института до настоящего времени. Ретроспективный анализ законов, регулирующих защиту деловой репутации, позволил получить более подробное представление о природе данного института.

Понятие корпоративной репутации обобщается как позитивно-объективная морально-правовая категория, определяющая характеристики компании в общественном сознании.

Стоит также помнить, что гудвилл, как нематериальный актив компании, имеет как денежную, так и материальную ценность.

Что касается средств защиты репутации компании, то к таким средствам относится, прежде всего, отказ от информации. Термин "опровержение" в законе не определен, а в литературе встречаются различные определения. Поскольку опровержение является специфическим средством защиты прав граждан, его основной особенностью является то, что в решении суда

признается, что обнародованные сведения были ложными и порочащими, а ответчик обязан опровергнуть решение, ставшее окончательным.

«Одним из способов защиты деловой репутации юридического лица является публикация ответа. Это законодательный способ защиты деловой репутации юридического лица, который по сути является самозащитой прав (статьи 12 и 14 Гражданского кодекса) путем использования права на ответ.

Замена или отзыв документов, порочащих деловую репутацию юридического лица, является другим гражданско-правовым способом защиты (пункт 3 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации). Замена или отзыв документа должна быть произведена организацией, которой принадлежит документ. Это может быть сделано путем публичного объявления об отзыве или недействительности документа, а в случае замены - путем направления новой редакции документа лицам, которым он был направлен ранее.

Одним из способов защиты деловой репутации юридических лиц в гражданском праве является удаление и опровержение порочащих сведений в Интернете. Данный конкретный способ защиты деловой репутации юридических лиц можно рассматривать как вариант распространенного способа защиты гражданских прав - борьба с действиями, нарушающими права или создающими угрозу их нарушения» [40].

Получается, что удаление порочащей информации и ее опровержение в Интернете может быть предписано только при условии, что распространяемая информация является или была признана судом ложной и/или порочащей.

Для защиты деловой репутации юридических лиц существует также гражданско-правовой иск о признании клеветнического заявления не соответствующим действительности, если лицо, распространившее его, не может быть установлено. Такие иски должны рассматриваться в отдельном порядке.

Изучая особенности судебной защиты деловой репутации юридических лиц в арбитражном процессе, было установлено, что Верховный суд РФ

расширил стандарты (механизмы) доказывания возмещения вреда, причиненного деловой репутации. Для рассмотрения данного вопроса необходимо начать с правовой посылки: гражданско-правовая диффамация априори предполагает утрату доверия к деловой репутации, то есть отражение в общественном сознании искаженных сведений (негативной информации) о деловых (профессиональных) качествах организации. Иными словами, диффамация по своей сути наносит ущерб репутации компании. Ответчик вправе опровергнуть эту презумпцию, доказав обратное.

Кроме того, чтобы получить компенсацию за ущерб репутации, истец должен доказать, что диффамация была существенной и что восстановить утраченный имидж другими средствами защиты невозможно. Это можно сделать, предоставив доказательства процентного снижения результатов деятельности компании до и после диффамации.

Для решения более общего вопроса о расхождениях в юридическом толковании правовых норм, применяемых подходах и критериях оценки необходимо обновить аннотации в судебной практике, уточнить и, возможно, в какой-то степени детализировать правовую позицию Верховного Суда РФ. Следует отметить, что в настоящее время работа над аннотированной категорией дел продолжается. Однако оценить, устранены ли причины описанных выше практических проблем, можно будет только после их устранения.

Что касается устранения процессуальных нарушений в судебно-арбитражной практике, то единственным доступным на национальном уровне методом, независимо от конкретной категории дел, является деятельность апелляционных органов, что соответствует их назначению и пределам их компетенции [20]. Статус, установленный действующим Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации, потенциально позволяет апелляционным и кассационным судам устранять недостатки, связанные с неполным исследованием обстоятельств дела, неправильным применением норм материального права, серьезными нарушениями нижестоящими судами

норм процессуального права и основных гарантий справедливого судебного разбирательства.

Особенностью доказывания по делам о диффамации в судах общей юрисдикции является то, что протоколы осмотра места происшествия часто используются в качестве доказательств в делах об угрозах удаления информации. Этот протокол часто является единственным значимым доказательством в делах о диффамации.

В рамках таких действий нотариус по запросу юридического лица проведет поиск, а затем создаст отчет о проверке платформы, сопровождаемый расшифровкой действий нотариуса на сайте.

Эта мера безопасности позволяет быстро записать информацию, если существует риск ее потери из-за действий автора. Доступ нотариуса и запись информации не требует доказательств в судебном процессе и будет использована в качестве доказательства.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Абакумова Е.Б. Правовая природа деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // Вестник Сургутского государственного университета. 2020. № 3 (29). С. 56-63
2. Белозерова Е.О. Гудвилл и деловая репутация в гражданском праве // Бизнес, менеджмент и право: Digital reality. материалы международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 182-186.
3. Борисова В.Б. Защита деловой репутации юридических лиц в арбитражном процессе // Эпомен. 2020. № 50. С. 92-97.
4. Бородушко И.В., Кокорин И.С. Институт деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности: взаимосвязь правовых и экономических аспектов // Ленинградский юридический журнал. 2020. № 1 (59). С. 114-123.
5. Борха С.С. Защита деловой репутации юридических лиц Имущественные отношения в Российской Федерации. 2021. № 7 (238). С. 61-69.
6. Гайфутдинов И.Н. Право на деловую репутацию и проблема доказывания причинения вреда // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 58-6. С. 13-16.
7. Гараев А.А. Сущность деловой репутации как объекта гражданских прав // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 70. С. 127-133.
8. Гражданское и торговое право зарубежных государств: Учебник : В 2 т. / Отв. ред. проф. А.С. Комаров, проф. А.А. Костин, проф. О.Н. Зименкова, доц. Е.В. Вершинина. Т. 1 : Общая часть. – Москва : Статут, 2019 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/Grazhdanskoe_i_torgovoe_pravo_zarubezhnyh_gosudarstv/.

9. Гражданское право: учебник: в 2 т. / С.С. Алексеев, О.Г. Алексеева, К.П. Беляев и др.; под ред. Б.М. Гонгало. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2018. Т. 1. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/gongalo_bm_grazhdanskoe_pravo_tom_1/

10. Гришин П. Самостоятельные действия по защите деловой репутации хозяйствующего субъекта // Хозяйство и право. 2018. № 8 (499). С. 110-116.

11. Зубков В.Н., Казарин Д.М. Отдельные аспекты обеспечения права на защиту деловой репутации предпринимателями в контексте современного законодательства // Modern Science. 2020. № 4-4. С. 87-91.

12. Игбаева Г.Р., Рахимов Э.Х., Бабенко Н.С. Компенсация неимущественного (репутационного) вреда, причиненного вследствие умаления деловой репутации юридического лица: условия и механизм доказывания // Правда и Закон. 2022. № 3 (21). С. 24-33.

13. Идрисов Х.В., Тураева Д.С. Деловая репутация юридического лица: доктринальный анализ, экономический критерий и правовое регулирование // Экономика и предпринимательство. 2021. № 3 (128). С. 1029-1036.

14. Кирсанов К. А. Гражданское право: учебное пособие / К. А. Кирсанов. – Киров : Аверс, 2020. – 7,8 авт. л. – 1 CD-ROM (3 МБ) ; в контейнере 19x13 см. – 100 экз. – Систем. требования: ПК Pentium или выше ; 256 Мб (RAM) ; Windows XP или выше ; Adobe Acrobat Reader ; дисковод CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5-6045721-9-1. – Текст (визуальный) : электронный.

15. Коваленко С.П., Кучеренко Д.Н. Защита деловой репутации юридического лица в кассационной инстанции // Кубанское агентство судебной информации PRO-SUD-123.RU: Юридический сетевой электронный научный журнал. 2018. № 4 (7). С. 32-44.

16. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) Поправки, внесенные Законом РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 N 1-ФКЗ, вступили в силу 4 июля 2020 года (Указ Президента РФ от 03.07.2020 N 445) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.02.2022.

17. Лапач Л.В. Деловая репутация юридического лица как объект правовой защиты // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2020. № 11 (126). С. 104-107.

18. Мусалов М.А. К вопросу о защите деловой репутации юридических лиц // Мировая наука. 2020. № 4 (37). С. 599-609.

19. Невзгодина Е.Л., Парыгина Н.Н. Гражданско-правовой механизм защиты деловой репутации в России: панорамный обзор // Lex Russica (Русский закон). 2018. № 1 (134). С. 57-70.

20. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016) // Бюллетень Верховного Суда РФ, № 10, 2016.

21. Определение Верховного Суда РФ от 27 июля 2017 г. № 306-ЭС17-7583 по делу А57-29630/2015. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

22. Определение Высшего Арбитражного Суда РФ от 30 сентября 2013 г. № ВАС-13214/13 об отказе в передаче дела в Президиум. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

23. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 1 февраля 2018 г. № Ф05-21448/2017 по делу № А41-16180/2017 // Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

24. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 14 февраля 2018 г. № Ф05-19912/2017 по делу № А40-50933/2017 Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

25. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 23 сентября 2014 г. № Ф09-5058/14 по делу № А76-20132/2013. Доступ из Справ. Правовой системы «КонсультантПлюс».

26. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13 марта 2017 г. № 09АП-3995/2017-ГК, 09АП-5496/2017-ГК, 09АП-5187/2017-ГК по делу № А40-97503/2016 // Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

27. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» // Бюллетень Верховного Суда РФ 2010. № 8; 2012. № 4.

28. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 18 августа 1992 г. (ред. от 25.04.1995) № 11 «О некоторых вопросах, возникших при рассмотрении судами дел о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 1992. № 11.

29. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20 декабря 1994 г. № 10 «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 1995. № 3; 2007. № 5.

30. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23 июня 2015 г. № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Российская газета. 2015 № 140. 30 июнь

31. 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» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2005. № 4.

32. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 17 июля 2012 г. по делу № 17528/11. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

33. Постникова К.И. Право юридического лица на деловую репутацию как основа права юридического лица на защиту деловой репутации// Трибуна молодых учёных. сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023. С. 147-152.

34. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 30 января 2017 г. по делу № А40-86256/2016. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс»

35. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 31 октября 2019 по делу № А60-34200/2019. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

36. Решение Якутского городского суда Республики Саха (Якутия) от 13 октября 2016 г. по делу № 2-13123/2016. Доступ из Справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

37. Снигирева С.Е. Способы защиты репутации делового характера физических и юридических лиц // Право и общество. 2021. № 4 (5). С. 77-79.

38. Степанова А.Е. Практика применения защиты деловой репутации юридических лиц в российской федерации // Уральский журнал правовых исследований. 2018. № 1 (1). С. 113-135.

39. Тимофеева А.В., Хотин А.И. Формирование и защита деловой репутации участников коммерческой деятельности // Экономика. Право. Общество. 2018. № 4 (16). С. 25-29.

40. Тузко Н.Н. К вопросу о понятии деловой репутации юридического лица // Цивилистика: право и процесс. 2019. № 1. С. 85-88.

41. Ярошевская А.М., Муртазаева А.А. Проблемы защиты деловой репутации юридического лица // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки. 2021. Т. 7. № 1. С. 395-402