

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

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Защита деловой репутации юридических лиц

Обучающийся

А.Р. Юмаев

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Б.П. Николаев

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

Тольятти 2023

Аннотация

Тема исследования «Защита деловой репутации юридических лиц».

Актуальность темы обоснована, можно сказать, жизненно важной необходимостью поддержания высокой планки уровня деловой репутации компаний для успешного процветания их бизнеса, получения от него высокой прибыли, ведь именно от данного фактора зависит материальное благополучие организации на практике. Не вызывает сомнений утверждение о том, что в процессе своей профессиональной жизни любой субъект хозяйственной деятельности хоть раз, но сталкивается с вопросом, относящимся к своей репутации на рыночной арене.

Цель работы - проведение анализа законодательного регулирования правоотношений, возникающих в ходе защиты деловой репутации юридических лиц. В ходе работы необходимо решить следующие задачи, способствующие достижению поставленной цели: провести анализ законодательства, регулирующего вопросы защиты юридическим лицом своей деловой репутации; на материалах судебных актов выявить правовые проблемы защиты деловой репутации, встречающиеся на практике; выявить правовые коллизии, существующие на сегодняшний день в сфере регулирования деловой репутации; предложить решение выявленных проблем и устранение правовых коллизий путем внесения изменений в нормативно-правовые акты.

Структурно работа состоит из введения, трех разделов, включающих шесть подразделов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников. Основной текст работы изложен на 56 страницах.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретическая и правовая основа деловой репутации юридического лица ..	6
1.1 Понятие и значение деловой репутации юридического лица	6
1.2 Право юридического лица на деловую репутацию и момент его возникновения	12
2 Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица	15
2.1 Условия и порядок защиты деловой репутации юридического лица.....	15
2.2 Характеристика гражданско-правовых способов защиты деловой репутации юридического лица	27
3 Проблемные вопросы в сфере защиты права на деловую репутацию юридического лица	37
3.1 Основные проблемы защиты права юридического лица на деловую репутацию	37
3.2 Проблемы гражданско-правовой ответственности за нарушение права юридического лица на деловую репутацию	43
Заключение	47
Список используемой литературы и используемых источников.....	50

Введение

Институт деловой репутации закрепился в законодательстве не так давно, статья 152 Гражданского кодекса Российской Федерации лишена достаточной детализации, в связи с этим органы правосудия встречаются с рядом трудностей при применении в разрешении споров норм, регулирующих механизм защиты нарушенного права на деловую репутацию.

Выбранная тема выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что она не в достаточной степени исследована отечественными учеными-юристами. В связи с вышесказанным более детальное изучение как с теоретической стороны, так и с практической, в виде обобщения судебной практики по теме «защита деловой репутации» будет иметь достаточно важное значение. Выбор данной темы работы обосновывается тем, что, она отличается от других тем, касающихся юридических лиц, определенным своеобразием, актуальностью. Она раскрывает основные положения и выявляет потенциал и практическую ценность такого нематериального актива компаний, как репутация, заостряет внимание на существующих и не устраненных законодателем правовых коллизиях, раскрывает проблемы, встречающиеся на практике.

Актуальность темы обоснована, можно сказать, жизненно важной необходимостью поддержания высокой планки уровня деловой репутации компаний для успешного процветания их бизнеса, получения от него высокой прибыли, ведь именно от данного фактора зависит материальное благополучие организации на практике. Не вызывает сомнений утверждение о том, что в процессе своей профессиональной жизни любой субъект хозяйственной деятельности хоть раз, но сталкивается с вопросом, относящимся к своей репутации на рыночной арене.

Цель работы - проведение анализа законодательного регулирования правоотношений, возникающих в ходе защиты деловой репутации юридических лиц, изучение и изложение её сущности, определение характера

и особенностей защиты деловой репутации в судебном процессе, а также внесение предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы.

В ходе работы необходимо решить следующие задачи, способствующие достижению поставленной цели:

- провести анализ законодательства, регулирующего вопросы защиты юридическим лицом своей деловой репутации;
- на материалах судебных актов выявить правовые проблемы защиты деловой репутации, встречающиеся на практике;
- выявить правовые коллизии, существующие на сегодняшний день в сфере регулирования деловой репутации;
- предложить решение выявленных проблем и устранение правовых коллизий путем внесения изменений в нормативно-правовые акты.

Объектом исследования в работе выступают правовые явления и институты, такие как: юридическое лицо, деловая репутация и её защита, работоспособность механизма защиты на практике и так далее, а также конкретные правовые нормы, на базе которых ведутся научные изыскания.

Предметом исследования является существующий на сегодня предусмотренный законом для юридического лица механизм защиты деловой репутации.

Теоретическую основу работы составляют труды российских ученых таких как С.С. Алексеева, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского, М.А. Рожковой, А.П. Сергеева, Е.А. Суханова, А.М. Эрделевского и др.

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

Методологической базой выпускной квалификационной работы является системный подход, логический, исторический, сравнительный, метод синтеза и абстрагирования.

Структура работы включает введение, три раздела, заключение и список используемой литературы и используемых источников.

1 Теоретическая и правовая основа деловой репутации юридического лица

1.1 Понятие и значение деловой репутации юридического лица

Имидж юридического лица, отличающийся своей безупречностью, формируется не один год и представляет собой важное составляющее успешной деятельности юридического лица. Такая успешная деятельность обеспечивает конкурентоспособность, динамичность развития и достижение поставленных целей. Однако в случае нанесения урона деловой репутации юридического лица неблагоприятные последствия, к сожалению, в большинстве своем, неизбежны. Такие последствия послужат основанием для потери прибыли, а также приобретенного статуса в социальной и деловой среде. В этой связи нельзя переоценить значение деловой репутации в настоящее время.

В девяностых годах прошлого века впервые было установлено, что юридическое лицо может иметь деловую репутацию и защищать её. Регламентировано это ст. 7 Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик 31.05.1991 [43].

Законодатель на сегодняшний день четко не трактует термин «деловая репутация». Можно сказать, что понятие законодательно вовсе не раскрыто, дефинитивных норм указанного блага не дано. Между тем, как отметил Верховный Суд РФ в Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 года [31], число споров по категории защиты деловой репутации, рассматриваемых судами Российской Федерации, в среднем ежегодно составляет 5 800.

Отождествление деловой репутации с нематериальным активом закреплено в приказе Министерства финансов Российской Федерации от 27.12.2007 «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [57]. Согласно данному положению,

Минфин связал деловую репутацию с куплей-продажей предприятия, как имущественного комплекса. Определение им дано скорее в виде формулы, которую можно представить следующим образом: деловая репутация ЮЛ = цена имущественного комплекса - активы и обязательства по бухгалтерскому балансу. То есть, деловая репутация, является, по сути, непокрытым активами и обязательствами остатком от цены предприятия.

На наш взгляд, данное Минфином определение не содержит в себе конкретики, но при этом не лишено прогрессивности, поскольку в нем все же было учтено, что деловая репутация является источником принесения прибыли юридическому лицу.

Банк России также дал определение данному понятию в п. 1.3 Письма Банка России от 30 июня 2005 года № 92-Т. Банк склоняется к тому, что оценка участниками гражданского оборота деятельности юридического лица, руководства, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций и есть деловая репутация компании [45].

Попытку дать термин данному понятию совершили и суды. Так, Арбитражный суд Республики Татарстан охарактеризовал в своем решении деловую репутацию организации как «убежденность неопределенного круга лиц в надежности, порядочности, компетенции юридического лица во взаимоотношениях с партнерами по предпринимательской, хозяйственной и иной деятельности» [59]. Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации понимает деловую репутацию юридического лица прежде всего, как «профессиональную репутацию, заработанную в среде аналогичных профессионалов (например, коммерсантов) и лиц, на которых направлена деятельность юридического лица (например, потребителей)» [32].

В научном сообществе также вызывает дискуссию вопрос относительно понятия «деловая репутация». Стоит признать, что на современном этапе ученые-цивилисты провели множество исследований, относящихся к разным подходам к раскрытию понятия. Скорее всего, неопределенность в данном

вопросе вызвана ввиду не закрытости вопроса о её правовой природе. Так, «унаследовано» и до сих пор имеется в действующих положениях ГК РФ позиция законодателя о том, что к нематериальным благам относится деловая репутация. Но с учетом некоторых правовых новаций, законодатель допустил возможность передачи деловой репутации в пользование другому лицу по договору концессии, не запретил вносить деловую репутацию товарища в качестве вклада - данные новации тут же нашли отклик в научной среде, ученые считают, что право на репутацию - имущественное право, поскольку оно наполнено имущественным содержанием [62, с. 89].

А.П. Сергеев придерживается точки зрения, что деловая репутация - это «мнение о лице, которое складывается в результате оценивания его профессиональных качеств» [1, с. 419].

В.В. Килинкарров выполнил диссертационное исследование, которое посвящено деловой репутации. По его мнению, деловая репутация представляет собой «сумму положительных и отрицательных профессиональных «я», которые сложились в обществе» [24, с. 13]. Отметим, что на наш взгляд, в данном понятии В.В. Килинкарров вполне обоснованно указал и на отрицательные свойства репутации, так как она не существует в свете исключительно положительной. Мнения, сложившиеся в обществе о деловой репутации юридического лица, указывают на объективный характер её сущности.

З.В. Каменева толкует деловую репутацию следующим образом: на её взгляд, в широком смысле понимается «совокупность не только профессиональных, но и должностных качеств, которые оцениваются обществом, вне зависимости от участия в предпринимательском обороте», а в узком смысле понимается «оценка профессиональных качеств каждого участника предпринимательского оборота» [22, с. 19].

В.И. Колосова и Т.Ю. Вавилычева обладают мнением о том, что деловая репутация - это восприятие компании в деловой среде. В данное понятие, по

мнению авторов, включено множество факторов: от фирменного наименования до статуса клиентов [26, с. 259].

К особенностям рассматриваемого блага можно отнести:

- репутация может быть, как положительной, так и отрицательной, то есть имеет оценочную окраску. Примечательно, что на практике положительная репутация может выражаться в отличающихся, по сравнению с другими, повышенных ценах, уплачиваемых покупателем в ожидании будущих экономических выгод в связи с приобретенными неидентифицируемыми активами, а отрицательная деловая репутация, напротив, идентифицируется по проводимым скидкам на товары или услуги;
- репутация может иметь свою стоимость, то есть она, являясь по своей сути нематериальным активом, подвержена стоимостной оценке. К примеру, товарищ может вносить в общее дело любой вклад - в том числе и деловую репутацию. Вместе с тем денежная оценка вносимых вкладов определяется по соглашению. То есть на этапе внесения в качестве вклада деловой репутации одного из товарища происходит её стоимостная оценка;
- репутация не запрещена для передачи от её обладателя к другому лицу. Такое возможно при заключении двух сделок: договора концессии (ст. 1027 ГК РФ) и договора простого товарищества (ст. 1042 ГК РФ). Как и в данном выше понятии деловой репутации Банком России, так и здесь, при определении её особенностей, вновь повторяется вывод о свойстве деловой репутации быть источником прибыли.

Касательно последней особенности о стоимостной оценке, обратим внимание на возникшую в законодательстве коллизию. Она заключается в следующем. Как известно, гражданское законодательство разделяет материальные блага на два вида: материальные и нематериальные. Нематериальные связаны неразрывно с личностью, непередаваемы,

неотчуждаемы. Правовая коллизия же в данном случае заключается в том, что репутация компании - это нематериальное благо, при этом которое вполне себе может передаваться и отчуждаться. Безусловно, данное свойство деловой репутации юридического лица противоречит положениям ГК РФ. Коллизия не устранена на сегодняшний день ни в законодательстве, ни в кругу научного сообщества. Одни авторы не приравнивают деловую репутацию к группе нематериальных благ, так как может быть оценена [23, с. 51]. Другие авторы напротив, полагают, что несмотря на возможность оценки в денежном эквиваленте, она относится все-таки к нематериальному благу и соглашаются при этом с существующей коллизией о том, что дозволение законодателем передавать и оценивать деловую репутацию в денежном эквиваленте ведет к противоречию с самой природой нематериальных благ, которые оценены быть не могут [17, с. 132].

Также выделим основные признаки, которые позволяют отграничивать деловую репутацию юридических лиц от иных нематериальных благ:

- преобладание экономического начала. Такое начало проявляется прежде всего в возможности учета на балансе юридического лица деловой репутации, а также в её оборотоспособности, поскольку она может быть использована иным субъектом предпринимательской деятельности. В момент причинения вреда деловой репутации можно утверждать, что данный признак проявляется наиболее значимо - ущерб ввиду урона деловой репутации может исчисляться миллионами;
- представляет собой индивидуализацию лица, так как деловая репутация отражает различие субъектов права, а не их равенство. Закон защищает её именно как персонифицирующую категорию;
- специфика возникновения и формирования деловой репутации юридического лица. Более подробно данный признак рассмотрен в следующем параграфе.

Деловая репутация юридического лица влияет на контрагентов, как бы подталкивая их на совершение определённых действий (к примеру, заключение различного рода сделок) или бездействий (просто не вступать в правоотношения, типичный пример: не совершать сделки с юридическим лицом с сомнительной деловой репутацией). Яркий пример бездействия можно проследить основываясь на договоре франчайзинга - контрагент, который получает по договору низкую, невыгодную для него деловую репутацию фирмы, вероятнее всего расторгнет договор либо же предложит изменить его условия, дабы не платить необоснованно высокую сумму за негативную деловую репутацию [64, с. 73].

Как показывает мировая практика, исключительное значение сохранению своей деловой репутации придают все серьёзные производители товаров и услуг. Они, как правило, крайне бережно относятся к своей деловой репутации, сформированной на рынке, а значит всеми доступными им способами защищают ее от умаления. Наглядным примером отношения юридического лица к своей деловой репутации служит сфера автомобилестроения. Производители автомобилей при обнаружении в уже реализованных ими транспортных средствах могут отозвать их за своё счет. Да, такой отзыв наносит им огромные убытки, но тем самым сохраняется деловая репутация на рынке, характеризующая производителя высоким гарантом качества, надежным деловым партнером [16, с. 59].

Что же касается компаний в Российской Федерации, то они лишь идут к осознанию действительной важности деловой репутации с положительным её значением, изменчивости. заметим, что в стратегиях российских компаний все чаще появляются бизнес-процессы по управлению репутационными рисками компании. Как правило, управление возложено на пиар-департаменты, но, к сожалению, их усилия нельзя назвать высокопродуктивными ввиду банального незнания рычагов воздействия на репутационные риски. Поэтому, пока что российские фирмы показывают реакцию на отрицательные для своей деловой репутации события постфактум [2, с. 93].

Коснемся также такого важного для юридического лица вопроса, который связан с необходимостью защитить опороченную деловую репутацию в процессе реорганизации, ликвидации.

При реорганизации активы одного юридического лица переходят к другому. Как уже было нами установлено, деловая репутация - нематериальный актив, соответственно, на «принявшее на себя» активы реорганизованного лица будет оказывать прямое и непосредственное влияние деловая репутация реорганизуемого предприятия.

При ликвидации правопреемства активов не происходит, а значит и не нужно защищать деловую репутацию, ведь носитель права выбыл из правового поля. Но мы считаем, что бывшие участники ликвидированного лица не лишены права защиты деловой репутации их бывшего бизнеса, поскольку порочащие сведения могут затрагивать причины, по которым юр. лицо прекратило свое существование.

Таким образом, в современных реалиях деловая репутация - главный нематериальный актив юридического лица, так как она неразделимо связана с уровнем успеха бизнеса юридического лица и является гарантом обеспечения его дохода.

1.2 Право юридического лица на деловую репутацию и момент его возникновения

Т.от, кто обладает правом на деловую репутацию, имеет три правомочия: на собственные действия, на требования о воздержании от посягательств; на защиту.

В предыдущем параграфе при исследовании понятия деловой репутации мы столкнулись с неоднозначностью позиций насчет её сущности как таковой, что, как следствие, так же ведет к неоднозначности взглядов ученых на содержание права.

Интересен подход А.Е. Шерстобитова в данном вопросе, который считает правом на деловую репутацию «закрепленную законом возможность требовать от любого лица воздержания от действий, направленных на умаление... деловой репутации, а также возможность судебной защиты этого права» [10, с. 409].

Л.А. Красавчикова дает свое определение, согласно которому «право на деловую репутацию означает, что гражданин (юридическое лицо) имеет обеспеченную законом возможность требовать от других лиц, чтобы оценка его личности, дел и поступков опиралась на реальные обстоятельства и не искажалась порочащими сведениями, не соответствующими действительности» [20, с. 59].

М.А. Рожкова сторонница группы ученых, которая относит право на деловую репутацию к имущественному праву ввиду его экономического содержания, возможности отчуждения. В этой связи в содержание права должны включаться три компонента (правомочий): обладание, использование, распоряжение [62, с. 270].

Субъективное право любой организации имеет нижеприведенные характеристики:

- в векторе направленности на собственную деловую репутацию юридическое лицо наделено правом осуществления добросовестных и разумных действий (то есть компания может повышать уровень репутаций благодаря выполнению каких-либо действий: на приведенном в работе примере с автомобильными производителями);
- в отношении неограниченного круга лиц юридическое лицо наделено правом требования к ним о воздержании от совершения действий, которые (действия) могут привести к неблагоприятным последствиям для деловой репутации (лицо вправе потребовать в суде обязать ответчика пресечь действия, направленные на распространение порочащих сведений);

- для юридического лица законодателем предусмотрены меры, которыми лицо вправе «воспользоваться» для устранения нарушений, умаляющих репутацию.

Отметим, что рассматриваемое право обладает особой спецификой возникновения. данный вопрос в науке является дискуссионным, в доктрине отсутствует единая позиция.

Позиция одних авторов по данному вопросу заключается в том, что основанием для возникновения репутации служит момент регистрации юр. лица налоговым органом и внесения сведений о нем в ЕГРЮЛ [44, с 25], другие же, напротив, считают, что в моменте возникновения репутации отсутствует «автоматизм», момент регистрации и возникновения права не отождествлен, поскольку формируется репутация с течением времени в процессе участия организации в гражданском обороте [28, с. 18]. Есть авторы, придерживающиеся «промежуточной» точки зрения: они считают, что определить конкретный момент возникновения деловой репутации невозможно [24, с. 109].

Мы придерживаемся все же точки зрения ученых о том, что деловая репутация непосредственно связана с гос. регистрацией юридического лица налоговым органом, ведь и «фирма-нулевка», не осуществляющее экономической деятельности либо просто вновь созданная компания без клиентской базы потенциально являются носителями деловой репутации (пусть даже нейтральной, либо отрицательной).

2 Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица

2.1 Условия и порядок защиты деловой репутации юридического лица

Высшая судебная инстанция в своем Постановлении от 2005 года [47], а также в Обзоре от 2016 года обозначала совокупность некоторых условий, только при наличии которых возможна надлежащая защита юридического лица в деле о защите деловой репутации. Так, для успешного удовлетворения судами заявленных исковых требований организации, чья деловая репутация опорочена распространением о нем недостоверных сведений, необходимо наличие и сочетание трех условий: первое - ответчиком сведения должны быть распространены, например, путем размещения на сайте в сети Интернет либо в ином СМИ и не только; второе - такие сведения безусловно должны иметь характер порочности; третье - отсутствует соответствие действительности таких распространённых сведений. Другими словами, суд должен посчитать доказанным распространение, порочный характер сведений и недоказанность со стороны ответчика действительности распространенной информации.

При этом отмечается следующий немаловажный факт: если отсутствует любой из вышеназванного обязательного условия для наступления ответственности, то со стороны суда последует безоговорочный отказ в удовлетворении исковых требований, которые заявлены со стороны организации.

Рассмотрим более подробно каждое из этих условий.

Порочащий характер распространения информации.

Стиль высказываний лица с негативной окраской не является свидетельством о порочащем юридическое лицо характере, так как неположительное суждение, высказанное в адрес какой-либо компании, является ничем иным как проявлением закрепленной на конституционном

уровне свободы мысли и слова, что, само по себе, не является тем основанием, с которым закон связывает привлечение лица к ответственности по правилам ст. 152 ГК РФ [13]. Между тем распространенная информация все равно не должна носить оскорбительный характер.

Как правило, информация может относиться к порочащей в том случае, если из её существа явно выражены утверждения о нарушении каким-либо юридическим лицом действующего законодательства (уголовного, гражданского, налогового или трудового, или другого иного - не имеет должного значения). Также сведения будут считаться порочащими, если они направлены на утверждение о неправильном, некорректном, абсолютно неэтичном поведении, к примеру, члена органа управления юридического лица (например, генерального директора, руководителя и иного лица, занимающего соответствующую должность) в общественной или политической жизни общества. Кроме этого, будет носить характер порочности распространение недостоверной и не подтвержденной информации об отсутствии добросовестности юридического лица при осуществлении им предпринимательской или иной деятельности, относящейся к экономической (хозяйственно-производственной), будь то: нарушение сложившейся деловой этики, нарушение обычаев делового оборота, которые в той или иной мере преследуют цель умаления деловой репутации организации.

Данный перечень отражен в Постановлении от 2005 года.

Для юридических лиц законодателем предусмотрен факультативный способ защиты деловой репутации, который заключается в возможности предъявлении иска к распространителю оспариваемых сведений, но касающихся не самого юридического лица, а его «управленцев», поскольку размещение оскорбительной информации в отношении руководителя организации вполне можно считать направленной против, в целом, самой компании, так как, несомненно, деловая репутация директор находится в неразрывной связи с деловой репутацией юридического лица, главой которой

является. При таком распространении виновное лицо может быть подвергнуто и административному наказанию, предусмотренного ст. 5.61 КоАП РФ [25], но только в случае подачи непосредственно «управленцем», а не фирмой, соответствующего заявления о совершенном правонарушении.

Можно утверждать, что профессиональные качества стоящего во главе юридического лица руководителя оказывают влияние на репутацию компании, которую он возглавляет. Приведем в пример произошедшую 5 лет назад ситуацию, которая непосредственно связана с крупной и достаточно известной компанией «Тинькофф Банк» и её основателем Олегом Тиньковым. Данная компания проводила конкурс красоты Tinkoff girl. Во время проведения данного конкурса сотрудница банка сфотографировалась в короне, которая досталась бы победительнице конкурса, на что Олег Тиньков в одной из социальных сетей (Инстаграмм) публично, на свою многотысячную аудиторию, отчитал сотрудницу «с короной» за сделанный ей снимок, чуть ли не перейдя на оскорбления. Вслед за опубликованием поста Олега Тинькова последовал крупный скандал в Интернете между ним и руководителем отдела, в котором работала сотрудница. После данного шумевшего скандала ряд компаний и предпринимателей заявили о прекращении сотрудничества «Тинькофф Банк».

Однако мы представляем правильным и то, что не только руководящие должности оказывают влияние репутацию фирмы, но и работники тоже играют немаловажное значение в её формировании. Так, из-за недобросовестного отношения сборщиком датчиков угловых скоростей, что повлекло за собой аварию ракетносителя «Протон-М», в 2013 году был нанесен сокрушительный удар деловой репутации Роскосмоса. Прослеживается связь добросовестной работы сотрудников и успешности юридического лица, в котором они трудятся, на деловой арене [69, с. 1].

Повторимся, что юридическому лицу в ходе инициирования процесса по защите его деловой репутации, необходимо доказать, что оспариваемые сведения действительно носят порочащий характер. При недоказанности

данного обстоятельства суд откажет в удовлетворении исковых требований, как, например, и сделал Арбитражный суд Московского округа: при рассмотрении дела по поданному иску. суд отказал полностью в иске ввиду недоказанности со стороны истца того, что сведения об аффилированности предприятий ответчика и истца - порочные, а также, что по результатам распространения таких сведений действительно нанесен урон деловой репутации, принадлежавшей истцу, и причинены какие-либо убытка [48].

Как отмечено Верховным Судом РФ, в особых случаях, с целью установления статуса «порочности» характера оспариваемой информации, в ходе судебного разбирательства возможно проведение экспертизы в области лингвистики либо психологии. При этом установлен перечень споров, в которых проведение экспертизы носит обязательный характер: к примеру, споры в области искусства, науки, ремесла или техники. Эксперт, проводивший назначенную судом экспертизу, может быть привлечен к участию в деле в качестве свидетеля для дачи показаний относительно обстоятельств, выясненных в ходе проведенной экспертизы. Между тем полученное экспертное мнение далеко не всегда может лечь в основу судебного решения, так как заключение по результатам экспертизы дано лишь в рамках специальных познаний эксперта, а решение вопроса в так называемом правовом поле - исключительная судебная компетенция. Данный вывод следует в том числе и из практики Арбитражного суда Западно-Сибирского округа [49].

Факт распространения оспариваемого материала ответчиком.

Верховный Суд РФ ещё в 2005 году дал вполне ясное определение термину распространения сведений в контексте рассмотрения споров о защите деловой репутации. Оно может быть выражено в различных формах, большую часть из которых занимают источники СМИ. Формы распространения: опубликование, транслирование, демонстрирование, изложение или иная передача порочащих сведений хотя бы одному лицу.

Важным из вышеуказанного считаем отметить, что достаточно лишь того, что только одному лицу станет известно о порочащих сведениях, чтобы применить к таким сведениям критерий распространения.

При этом, в случае, если порочащие сведения сообщены распространителем юридическому лицу, которого они непосредственно касаются, такое сообщение судами распространением не признается при наличии одного условия: лицом, сообщившим сведения, соблюдены правила конфиденциальности, то есть сообщение не стало известным третьим лицам. Указанное следует из судебной практики [33].

При обращении лицом в госорганы или органы местного самоуправления, текст которого содержит сведения, порочащие деловую репутацию организации и которые в ходе проверки компетентным органом не нашли подтверждения действительности, не будет являться основанием для лица, подавшего такое обращение, к гражданско-правовой ответственности в случае предъявления юридическим лицом требований по защите репутации. Объясняется это тем, что действия лица, которое обратилось в органы, являются, по своей сути, формой реализации права, которое регламентируется ст. 33 Конституции РФ [27]. Между тем в рассматриваемом случае, конечно же, есть исключение: если при предъявлении компанией соответствующего иска суд установит, что обращение распространителя в органы государственной власти или местного самоуправления преследовало собой единственную цель - умалить деловую репутацию истца, то такие действия распространителя признаются судом формой злоупотребления правом, а значит влекут наступление гражданско-правовой ответственности ввиду нанесения урона деловой репутации истца, что подтверждено позицией Арбитражного суда Западно-Сибирского округа [50].

Как таковой факт распространения подтверждается доказательствами, отвечающими в рамках процессуального законодательства двум требованиям: допустимости, относимости. Примеры доказательств: видеозапись, которая сделана во время трансляции телепередачи; сообщение телерадиовещательной

компаний о дате и времени выхода передачи в свет; свидетельские показания; нотариально удостоверенные скриншоты с веб-страниц Интернета. Последнее из перечисленных примеров доказательств в последнее время набирает тенденцию частого использования истцами, ведь к моменту рассмотрения дела по существу ответчик может удалить соответствующую информацию на сайте. Что же касается сведений, опубликованных в печатном издании (любые газеты, журналы), то в данном случае процесс доказывания обстоит намного проще -экземпляр или копию бумажного носителя можно предъявить в суд (например, при подаче искового заявления либо же приобщить ходатайством о приобщении документов к материалам дела) и доказать тем самым факт размещения оспариваемых сведений.

Остановимся более подробно на источнике распространения порочащей информации о деловой репутации юридического лица. Хотя и большинство судебных актов, в числе которых определения о прекращении производства по делу либо о возвращении искового заявления, не позволяет в полной мере его установить, между тем некая закономерность все же вырисовывается.

В эпоху стремительного развития информационных технологий имеется тенденция закрытия традиционных печатных СМИ с одновременным переходом на более современный, соответствующему духу времени, электронный формат. Материалы, которые вчера печатались на бумаге» сегодня все чаще размещаются авторами в Интернет-пространстве. Имеющиеся на сегодня телекомпании и издательства обладают электронной версией себя, а выпускаемую информацию преподносят в разных формах. В этой связи все чаще сведения, которые могут опорочить деловую репутацию юридического лица, размещаются в разных источниках [3, с. 150].

Несоответствие действительности информации.

Верховный Суд РФ данный критерий определяет следующим образом: если информация преподнесена в форме не имевших в реальности в то время, когда она была преподнесена, утверждения о фактах или событиях, то такие сведения признаются судом не соответствующими действительности

(например, если лицо распространило порочащие сведения о выпуске другим лицом некачественного алкоголя в период, когда у другого лица в принципе не имелась возможность распространения такого алкоголя ввиду отсутствия лицензии, распространенные сведения являются несоответствующими действительности). Исключением из данного правила составляют те сведения, которые отражены в официальных документах (судебные акты, процессуальные документы органов следствия, приказы и так далее), так как для их обжалования предусмотрен иной порядок (то есть не в суде в рамках инициирования дела о защите деловой репутации).

Имеются случаи, когда истцы желали оспорить сведения, содержащиеся в свидетельских показаниях, в отзыве на исковое заявление, в отзыве на апелляционную жалобу истца в рамках рассмотрения другого гражданского/уголовного дела. Суд, при попытке истца оспорить вышеназванные сведения и признать их порочащими деловую репутацию, отказывали в удовлетворении предъявленных иска о защите деловой репутации [4].

В подобных случаях, суды неукоснительно отказывают в удовлетворении иска, если вдруг юр. лицо решило оспорить сведения, которые содержатся в абсолютно другом деле в отзыве оппонента на иск либо в отзыве на апелляционную жалобу; в вынесенном после служебной проверки на предприятии заключении.

В ситуации, когда та или иная спорная публикация вызывает сложность в определении наименования конкретного юридического лица, но в такой публикации был использован зарегистрированный на имя юридического лица товарный знак, сведения, содержащиеся в такой публикации и умаляющие деловую репутацию компании, могут быть признаны судом несоответствующими действительности, а значит и опровергнуты истцом с выплатой ему убытков (в случае, если они были доказаны). Например, если порочащие сведения распространены с использованием образа кота Матроскина из мультфильма Простоквашино, то сразу понятно, что это

нанесет урон компании, производящей продукцию под данным товарным знаком, хоть и прямо она названа не будет.

Верховный Суд РФ в Постановлении от 2005 года сделал акцент на том, чтобы суд при разрешении спора различали утверждения о фактах и оценочные суждения автора спорного материала. Последнее обладает свойством проверки на соответствие действительности (например, утверждение о факте начавшейся процедуры банкротства в отношении юридического лица вполне себе можно проверить информацией, содержащейся в картотеке арбитражных дел либо в газете «Коммерсантъ», либо на сайте ЕФРСБ), в то время как оценочное суждение, мнение, убеждение автора такой проверке подвергнуто быть не может ввиду субъективности ответчика, а значит предметом судебной защиты в порядке ст. 152 ГК РФ не выступают. Исключение: убеждение автора носит оскорбительный характер - при таких обстоятельствах лицо безусловно имеет право на защиту, что и предусмотрено законодательством, подтверждено судебной практикой [34]. Однако при распространении оскорбительных оценочных суждений, на ответчика может быть возложена обязанность компенсации морального вреда, причиненного истцу оскорблением [35]. Но моральный вред невозможно взыскать юридическому лицу, а значит такой способ защиты может быть применим в отношении физических лиц, распространение порочащих сведений о которых отражается на юр. лице, которое они возглавляют.

Так, в одном деле суд отказал в удовлетворении исковых требований о защите деловой репутации, так как оспариваемая информация представляет собой оценочное суждение автора статьи. При этом, как отметил суд, статья написана в такой манере, что «непосвященному» читателю в чей-то корпоративный спор не ясно, о чем именно ведется речь в статье [36].

Таким образом, главный критерий отличия утверждения о фактах и оценочных суждений - это возможность проверить на соответствие действительности, ложности либо истинности.

Но стоит отметить проблему распространения материала, который по своей сути хоть и не является порочащим, но не соответствует действительности (то есть когда распространитель опубликовал ложные сведения о юридическом лице, которые могут быть вполне положительными). Следствием такого распространения является формирование у других лица образа деловой репутации, отличающегося от действительности. Предполагаем, что именно в этой связи законодатель внес изменения в п. 10 ст. 152 ГК РФ, в соответствии с которым защита возможна и в случае распространения любых сведений, даже не порочащих и недостоверных [68, с. 53].

Юр. лицо обратиться в суд со следующими исковыми требованиями: основное - о защите деловой репутации; дополнительные (любое из) - о признании сведений, не соответствующих действительности; об их опровержении; о совершении ответчиком конкретных действий, пресекающих распространение сведений; о взыскании убытков; о возмещении репутационного вреда (практика неоднозначна) [29, с. 157].

Способы защиты деловой репутации поделены Верховным Судом РФ на специальные и общие гражданско-правовые. К первой группе отнесено: опровержение, опубликование ответа, удаление информации; ко второй - возмещение убытков.

Требования по данной категории дел не имеют срока исковой давности, так как они относятся к группе требований о защите неимущественных прав (ст. 208 ГК РФ). Между тем имеется одно исключение, закрепленное законодателем: в случае, если оспаривается размещенная силами СМИ информация, срок исковой давности равняется одному году. Начало течения годичного срока исковой давности в данном случае начинается в следующий день после опубликования оспариваемой информации в соответствующем СМИ. Восстановление пропущенного одногодичного срока возможно лишь при наличии уважительного характера причины пропуска. Если истцом уважительность доказана не будет, для суда, при наличии от

ответчика заявления о пропуске истцом срока исковой давности, это может послужить основанием в отказе искового требования.

Таким образом, можно сделать вывод, что по общему правилу, срок исковой давности при не подлежит применению.

Досудебный или обязательный претензионный порядок урегулирования спора по данной категории дел действующим законодательством не является обязательным. Законодатель не пошел по пути установления обязательности предварительного обращения юридического лица с требованием к ответчику, к примеру, об опровержении порочащих сведений. Вместе с тем буква закона не запрещает истцу (юридическому лицу) обратиться с подобным требованием непосредственно в редакцию СМИ, которое опубликовало спорную информацию; при этом отказ СМИ в удовлетворении требования юридического лица, поданного на досудебной стадии урегулирования спора может быть обжалован со стороны юридического лица, чья деловая репутация была опорочена - закреплено в статьях 43 и 45 Закона о СМИ [18].

Вместе с тем, как показывает практика, все-таки защита деловой репутации именно в судебном порядке есть лучший вариант для юридического лица так, как только при содействии суда в полной мере может найти реализация такая защита ввиду обязательного исполнения распространителем порочащей информации вынесенного по результатам рассмотрения спора судебного решения.

Истцами выступают юридические лица - организации, причем в независимости от имеющихся у них организационно-правовых форм и форм собственности. То есть с иском вправе обратиться также государственные, муниципальные, общественные организации, которые в принципе не осуществляют предпринимательскую либо иную экономическую, приносящую доход, деятельность.

Что же касается ответчиков, то надлежащими будут являться авторы, которые «создали» несоответствующие действительности сведения, а также иные лица, которые такие сведения распространили (самый яркий пример -

СМИ). Рассмотрим пример: оспариваемый материал распространен в СМИ. «В данной ситуации соответчиками является и автор материала - ответственный за «написание» материала и редакция СМИ, ответственная за его распространение» [37].

Кроме этого, заслуживает внимание и классический пример ответственности работодателя за неправомерные действия работника. В части данного вопроса дал разъяснения Верховный Суд РФ в Постановлении от 2005 года. Так, если материал, подлежащий оспариванию, распространен работником, но от имени работодателя, ввиду осуществления им профессиональной деятельности (к примеру, в служебной записке), то надлежащим ответчиком суды должны считать такую организацию (юридическое лицо), работником которого распространялись сведения.

Нами проведен анализ судебной практики. Установлено, что ответчиками могут быть: граждане, организации, редакции газет, редакции электронных СМИ, администраторы доменов, владельцы сайтов, интернет-издания, сетевые издания, телекомпании, телеканалы, издательские дома, редакционно-издательские дома.

При этом отметим, что встречаются и такие ответчики, как: Минэкономразвития [38], Центральный Банк РФ [5], Судебный департамент при Верховном Суде РФ [6], Министерство финансов РФ [7].

Крайне важно истцу доказать, что именно те лица, к которому предъявлен иск, действительно совершили противоправные действия, поскольку существует риск проигрыша в деле. Так, в одном из дел истцом не доказан факт направления именно ответчиками в группе мессенджера «WhatsApp» сообщения, содержащего в себе порочащую деловую репутацию истца: при исследовании представленного скриншота невозможно установить персональные данные и номер телефонов лиц, которые направили спорное сообщение, а значит установить автора сообщений [8].

Вместе с тем не стоит забывать о возможности освобождения от гражданско-правовой ответственности. Такое освобождение последует, если

ответчик докажет, что, в целом, предъявленные истцом к оспариванию сведения, соответствуют действительности. Как отметил Верховный Суд РФ в Обзоре от 16.03.2016, ответчику вовсе не требуется представлять доказательства соответствия действительности каждого отдельно взятого слова/фразы (то есть дословно не нужно доказывать действительность сведений). Ответчику при этом достаточно доказать соответствие действительности сведений с учетом буквального значения слов в тексте оспариваемого материала. Суд же определяет, какие высказывания являются ключевыми при проводимой им оценки материала в целом.

Верховный Суд РФ также решил возникшие вопросы в распределении бремени доказывания между истцом и ответчиком. Так, истец, защитник своей деловой своей деловой репутации, должен доказать факт распространения сведений ответчиком и их порочащий характер; ответчик же, напротив, доказывает, что оспариваемые сведения на самом деле соответствуют действительности. Словом, если ответчик заблаговременно не проявил заботу в документальном подтверждении, например, неразмещения им информации, а истец доказал факт такого размещения и факт умаления доброго имени компании, решение судом будет принято в пользу истца.

При прочтении пункта первого ст. 152 ГК РФ и исходя из его буквального толкования, можно прийти к выводу, что в данной категории дел действует доказательственная презумпция: оспариваемая информация не соответствует действительности, пока не доказано иное.

В ходе судебного разбирательства ответчик наделен правом предъявления встречного иска. В частности, им могут быть заявлены требование признать не соответствующими действительности сведения, которые распространены со стороны истца об ответчике. Такое встречается редко.

2.2 Характеристика гражданско-правовых способов защиты деловой репутации юридического лица

В настоящее время в условиях рыночной экономики с каждым днем количество способов распространения сведений растет, а значит необходимы эффективные способы защиты, которые бы обеспечили сохранение прежнего уровня деловой репутации. Так, юр. лицо, несомненно обладает способами защиты своей репутации, которые предусмотрены законодателем статьей 152 ГК РФ. Предлагаем рассмотреть каждый из них.

Опровержение. Современным законом предусмотрено, что способом защиты для лица, подвергшегося умалению своей репутации со стороны третьих лица, является опровержение распространенных порочащего материала. Законодатель для данного механизма защиты предусмотрел две формы: добровольную и принудительную, то есть досудебную и судебную.

Закон о СМИ в статье 43 регламентирует добровольный порядок опровержения. Можно сказать, что нуждаемость специального регулирования обусловлена тем, что СМИ в четыре раза реже выступают ответчиками, нежели физические лица или юридические.

Как установлено вышеуказанной нормой права, организация наделяется правом потребовать от редакции соответствующего СМИ опровергнуть ранее опубликованные ими не соответствующие сведения, которые в той или иной мере порочат деловую репутацию. Просящее опровержение лицо имеет право обратиться в адрес СМИ с самостоятельно подготовленным (то есть уже готовым) текстом опровержения. Однако, как следует из положений ст. 45 Закона о СМИ, на требование об опровержении от редакции СМИ может последовать и отказ, но только в тех случаях, если требование вступает в противоречие с решением суда, которое вступило в законную силу, либо же если требование было заявлено анонимно, либо требование выступает в форме злоупотребления свободой массовой информации.

Правовой основой для судебного порядка реализации рассматриваемого способа защиты являются положения абз. 1 п. 1 и п. 11 статьи 152 ГК РФ. Данные нормы права содержат в себе возможность юр. лицу требовать в судебном порядке опровержения любых сведений, которые порочат его деловую репутацию, но, если они докажут несоответствие их действительности.

Пожалуй, главным отличием данного способа опровержения от первого вида заключается в том, что при нем исправление выявленного нарушения происходит принудительно, то есть на основании судебного акта (решения суда).

Способ, которым должно быть сделано опровержение, должен носить аналогичный характер способу, каким порочащие сведения были распространены - если сведения опубликованы в газете А., то и опровержение должно публиковаться в газете А.

Отдельно следует отметить, что законодателем избран путь ограничения срока исковой давности в отношении предъявления требований, касающихся опровержения сведений, распространенных СМИ. Длительность такого срока ограничена одним годом, а началом течения срока является день опубликования оспариваемых сведений в СМИ.

Российское процессуальное законодательство допускает возможность в порядке особого производства, помимо искового, признания не соответствующими действительности порочащих сведений также в случае, если неизвестен автор, которое распространило такие сведения и установить его невозможно.

С.С. Борха считает, что в таком порядке заявителю нетрудно добиться признания сведений порочащими и не соответствующими действительности, ввиду отсутствия полноценного ответчика. С точки зрения автора следует действительно согласиться. Но, с другой стороны, проблема данной ситуации видится в том, что ввиду «отсутствия» автора распространённых сведений, именно на самого истца по данной категории дел возлагается обязанность по

опровержению размещенных сведений. То есть складывается ситуация, при которой виновное лицо не отвечает за совершенное правонарушение, устранение последствий нарушенного права возлагается на «потерпевшего», что выглядит безусловно несправедливым. Верховный Суд РФ в Определении по одному делу, можно сказать, в такой ситуации встал на сторону истца, позиция его заключается в том, что невозможность установления лиц, которые распространили сведения, не освобождает их от наступления ответственности [11, с. 65].

Также минусом особой процедуры производства можно считать недосказанность» позиции суда в судебном решении относительно обстоятельств дела. К примеру, арбитражный суд принял иск организации в порядке особого производства, затем признал порочность сведений, однако в решении не отражены выводы суда о том, почему такие сведения признаны судом недостоверными [60].

Решение, вынесенное судом по результатам рассмотрения дела, должна содержать в себе: способ опровержения, сам текст опровержения (как правило, предоставляется истцом в исковом заявлении) и срок опровержения. Также Верховный Суд РФ разъяснил, что в случае, например, непредоставления истцом текста опровержения, опровержение может быть выражена в форме некоего сообщения с информацией о вынесенном по делу решении с обязательным включением в такое сообщение текста судебного решения.

Право на ответ. Законодателем в п. 2 и 11 ст. 152 ГК РФ, в ст. 46 Закона о СМИ, предусмотрен также такой способ защиты организации, как право на ответ [18].

Юридическое лицо, наряду с заявлением требования об опровержении, обладает и правом на ответ, реплику или комментарий, которые должны будут опубликоваться в тех же СМИ, где опубликованы оспариваемые недостоверные сведения.

В отношении ответа и отказа в таковом применяются правила, действующие в отношении для досудебного (добровольного) опровержения, которые рассмотрены в работе ранее.

Замена или отзыв. Такой способ защиты, предусмотренный ч. 3 ст. 152 ГК РФ применим в случае, если оспариваемая информация содержится в документе, который исходит от организации. Но здесь необходимо иметь внимательность и осторожность: закон может предусматривать особый порядок обжалования документа, исходящего от юридического лица и следовать, конечно, нужно этому порядку.

Приведем пример: работник получил приказ на увольнение и установил, что в нем содержатся некоторые сведения, не соответствующие действительности либо как-то порочащие его деловую репутацию. Работник не сможет пойти в суд за защитой своей деловой репутации, положив в основу данный документ, поскольку обжалование приказа осуществляется в ином порядке - при непосредственном рассмотрении трудового спора. Аналогичные правила (но не касающиеся трудовых правоотношений) и действуют в отношении защиты репутации юр. лиц.

Удаление информации. Пресечение и запрет дальнейшего распространения. В случае, когда такие сведения стали известны широкому кругу лиц, последствием чего опровержение невозможно будет довести до общего сведения, у юр. лица имеется закрепленное законом, а в частности п. 5 ст. 152 ГК РФ, на удаление таких сведений. К примеру, лицо вправе требовать удаления информации в сети Интернет, если такая порочащая информация распространена на каком-либо сайте, и, в добавок к прочему, лицо наделено правом опровержения размещенных в Интернете сведений способом, который способен довести опровержение до пользователей Интернета [46, с. 143].

Юридическому лицу, как нами было отмечено ранее со ссылкой на разъяснения Верховного Суда РФ, до предъявления иска в суд с целью оспаривания сведений диффамационного характера в Интернете, для фиксирования соответствующей информации на веб-странице и пополнения

своей доказательственной базы, можно обратиться в нотариальную контору для надлежащего удостоверения нотариусом содержания интернет-страницы в соответствии с ст. 202 Основ законодательства РФ о нотариате. Далее истец предоставляет в суд протокол осмотра сайта распространителя информации либо протокол осмотра исследования ящика электронной почты, заверенный скриншот страницы браузера (как таковой документ от нотариуса зависит от конкретного случая). При отсутствии нотариального удостоверения сведений из интернета для истца существует достаточно высокий риск отказа в удовлетворении заявленных требований [9].

Также в соответствии с п. 4 ст. 152 ГК РФ юр. лицо вправе требовать, как пресечения, так и запрещение распространения сведений в дальнейшем. Достигается указанные пресечение и запрещение следующими способами: изъятие, уничтожение материальных ценностей (уничтожение применяется лишь в случае, если без него невозможно удаление соответствующей информации).

Извинения. Указанный способ защиты законодателем не предусмотрен. Однако в практике имеются случаи, когда юридические лица с опороченной деловой репутацией, просят суд обязать ответчика принести извинения. Но при отсутствии в гражданском законодательстве положений, позволяющих юридическому лицу защищаться посредством обязания распространителя информации в той или иной форме извиниться перед таким юридическим лицом, суды не имеют оснований для вынесения решения об удовлетворении такого требования.

Вместе с тем, как указано со стороны Верховного Суда РФ суду не запрещено утверждать мировое соглашение, по которому истец и ответчик по обоюдному соглашению вполне себе могут предусмотреть условие о принесении распространителем сведений извинений ввиду распространения опорочивающего репутацию материала. Такое утверждение судом не нарушает права и предусмотренные законом интересы других лиц, и при этом

не противоречит закону, который прямого запрета по принесению извинений не содержит.

Г.М. Резник в своих научных трудах считает, что заставлять СМИ извиняться, значит нарушить положения основного закона государства - Конституции Российской Федерации, а именно ч. 3 ст. 29. Автор полагает, что пресечь противоречащую конституционным положениям практику, может как раз-таки Постановление 2005 г., в абзаце 2 пункте 18 которого судам разъяснено, что извинение нормами действующего законодательства не предусмотрен, а значит суды не обладают правом обязывать ответчиков в принесении извинений в любой форме [58, с.27-28].

С точкой зрения автора, по нашему мнению, согласиться нельзя. Постановление Верховного Суда РФ существует с 2005 года, за прошедшие 16 лет тенденция полного пресечения лицами использования такого способа своей защиты деловой репутации, как извинения, не прослеживается. Напротив, на практике стороны данным правом пользуются и достаточно активно. Как правило, извинения, отраженные в мировых соглашениях, формулируются в тексте опровержения, подлежащего опубликованию в будущем ответчиком. К примеру, судом утверждено мировое соглашение, стороны пришли к договоренности о том, что опровержение ответчика обязательно должно включать в себя фразу «приносим свои извинения перед ... и нашими читателями» [39].

Так, в одном деле истец «спрятал» извинения в непосредственно текст опровержения, то есть прямо не просил суд возложить на ответчика обязанность по принесению извинений. Но суд в иске отказал по иным основаниям [61].

По статистике, ранее, юридические лица с опороченной деловой репутацией, нередко заявляли требование о принесении извинений. Сейчас такие юридические лица также продолжают заявлять данное требование, однако, с уменьшающейся частотой [58, с. 28]. Предполагаем, что уменьшение попыток заявить о принесении извинений продиктовано сложившейся

судебной практикой, согласно которой суды в решении не могут обязать ответчика принести извинения истцу. Относительно недавно (в 2019 году) Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ усилила позицию непринятия извинений в качестве способа защиты деловой репутации лица, к исполнению которого можно понудить ответчика, указав, что извинения законодательством РФ не предусмотрены, а значит суд не имеет права возлагать на ответчиков обязанность извиниться перед истцом в той или иной форме [40].

Репутационный вред. Ещё в 2007-2008 гг. Высший Арбитражный суд Российской Федерации в лице своих специалистов подготовил проекты будущих постановлений Пленума, содержащих в себе указание на имеющееся у юр. лиц право предъявления требований о компенсации нематериального вреда. Между тем проекты постановлений так и остались лишь проектами, причиной тому послужило непринятие указанной категории научным сообществом [12, с. 106].

Как установлено абз. 1 п. 15 Постановления от 2005 года, гражданину с опороченной деловой репутацией предоставляется право требовать убытки и компенсацию морального вреда. Стоит отметить, что данное правило все же на практике применялось и юридическими лицами, которые заявляли требования о возмещении нематериального вреда.

До 2013 года суды удовлетворяли требования юридических лиц о взыскании нематериального вреда, а мотивировали применением норм по аналогии: правила о компенсации морального вреда применимы к юр. лицам при взыскании нематериального вреда, названного судами репутационным.

Так, например, суды указывали, что при вреде деловой репутации юридического лица применимы правила по аналогии, которые относятся к компенсации морального вреда гражданину, регулируемые положениями ст. 151 и 1101 ГК РФ [51; 52].

Как известно, Федеральным законом от 02.07.2013 № 142-ФЗ, законодатель внес поправки в статью 152 ГК РФ, которыми «нормы о защите

деловой репутации физического лица чисто формально, без изъятий, могли быть применимы и к защите деловой репутации юридического лица. другими словами, правовое регулирование защиты деловой репутации граждан в принципе аналогично правовому регулированию защиты деловой репутации юридических лиц любых организационных форм за исключением компенсации морального вреда» [66].

Таким образом, на сегодняшний день такая компенсация ограничена по субъектному составу: получить такую компенсацию могут лишь физические лица. Законоположения, регулирующие моральный вред и его компенсацию не применимы в отношении юр. лица [56, с. 53].

Введение в 2013 году вышеуказанного правового положения привело к интересной ситуации: на практике все же стали появляться дела о компенсации юр. лицам так называемого репутационного вреда.

Судебная практика относительно взыскания репутационного вреда имела явную противоречивую окраску. Так, мнение судов «раздвоилось»: суды взыскивали репутационный вред или в составе убытков или по аналогии с моральным вредом, причиненного гражданину [41; 53].

На практике же складывалась следующая ситуация: вышеуказанному разъяснению следовали исключительно суды общей юрисдикции. Арбитражные же суды возможность взыскания с ответчиков так называемого вреда морального, который причинен юр. лицу, не приняли во внимание.

Так, арбитражный суд отказал во взыскании репутационного вреда, указывая, что правила о компенсации морального вреда на юридическое лицо не могут распространяться, так как оно в принципе не испытывает нравственных страданий, в отличие от гражданина [54].

Но стоит сказать о смене вектора указанной судебной практики в 2015 году, как раз-таки после рассмотрения дела администрации СПбГУМ Верховным Судом Российской Федерации, в результате которого Верховный Суд Российской Федерации обозначил, что взыскание репутационного вреда осуществляется по правилам о деликтной ответственности [14, с. 14].

Г.М. Резник остро выразился на данный счет, говоря о создании парадоксальной ситуации, при которой организации буквально страдали при рассмотрении подобного рода дел в судах общей юрисдикции и, при этом, не испытывали никаких страданий в арбитражном судопроизводстве.

В доктрине, да и на практике, вызывает бурные дискуссии вопрос возможности возмещения репутационного вреда, причиненного распространением в отношении юридического лица недостоверных и порочащих деловую репутацию сведений. Позиция Конституционного Суда Российской Федерации, которая была отражена в деле В.А. Шлафмана, послужила почвой для многочисленных дискуссий, поскольку Конституционный суд, фактически, признал возможность взыскания юридическим лицом нематериального (репутационного) вреда [42].

Однако подход, выраженный в вышеуказанной позиции Конституционного суда РФ, подвергается критике мнением К.И. Скловского, согласно которому любое денежное взыскание (подразумевается и взыскание с обоснованием репутационного вреда) имеет базу исключительно на логике убытков, тогда как возмещение морального вреда напротив, убытков не возмещает, поскольку имеет иную природу, а значит нет никаких оснований для толкования морального вреда в расширительном значении. То есть, по мнению автора, при возмещении репутационного вреда действует механизм, аналогичный возмещению убытков [58, с. 64].

Вместе с тем Е. Новиковой предложена такая «хитрость» для юридических лиц: «во избежание отказа в удовлетворении требований о компенсации морального вреда, нужно подвергнуть изменению формулировку в исковом заявлении с возмещение морального вреда на возмещение репутационного вреда, ввиду того, что ВАС РФ признал, фактически, обоснованность и существование в принципе данной правовой категории» [30, с. 47].

Убытки. В силу п. 9 ст. 152 и ст. 15 ГК РФ юридическое лицо имеет право потребовать возмещение убытков в форме реального ущерба и/или в

форме упущенной выгоды при распространении в отношении него сведений, которые в какой-либо мере опорочили его деловую репутацию. В науке бытует мнение, что расходы, которые необходимы для восстановления деловой репутации, вызванные в свою очередь нарушением права истца на защиту деловой репутации, именуются репутационными убытками [58, с. 58]. На практике очень часто юр. лица идут в суд с требованиями о взыскании убытков, причиненных его деловой репутации ввиду распространения порочащих сведений. Решение проблемы по расчету убытков видится в следующем: Верховному Суду РФ предлагается внести изменения в Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», добавив в пункте 16 второй абзац следующего содержания: «Надлежащим доказательством по вопросу определения размера причиненных убытков может являться отчет об оценке убытков, подготовленный специалистами, данные о среднестатистическом снижении оборота продажи продукции после распространения недостоверных порочащих сведений, иные финансовые документы (отчет о доходах и расходах, бухгалтерский баланс) за последний отчетный период, предшествующий распространению, и за отчетный период на момент рассмотрения дела. Убытками должна являться та денежная сумма, на которую показатели за период до посягательства больше показателей на момент рассмотрения дела».

Более детальное разъяснение, исходящее от Верховного Суда РФ, поспособствует укреплению такого способа защиты, как возмещение убытков юридическим лицом вследствие распространения порочащих его деловую репутацию сведений, поскольку как истцы по данной категории дел, так и в целом, суды, будут иметь более ясную картину определения размера убытков, расчет по которым, ввиду предложенных потенциальных доказательств, будет казаться обоснованным и справедливым, а значит и шанс удовлетворения исковых требований о взыскании убытков по данной категории дел возрастет.

3 Проблемные вопросы в сфере защиты права на деловую репутацию юридического лица

3.1 Основные проблемы защиты права юридического лица на деловую репутацию

В законодательстве Российской Федерации отсутствуют определения такого блага как деловая репутация юридического лица. Стоит отметить, что данные понятия содержатся среди прочих в ст. 150 ГК РФ, их смыслового раскрытия законодатель не приводит.

Таким образом, под деловой репутацией в наиболее общем виде можно понимать оценку в общественном мнении деловых качеств лица, обеспечивающих осуществление этим лицом деятельности по удовлетворению общественных потребностей.

Введение категории «деловая репутация» является во всех отношениях «рациональным и последовательным шагом законодателя в условиях рыночной экономики, когда у каждого производителя, предпринимателя и любого другого участника имущественных отношений есть стабильный интерес в поддержании и упрочении своего имиджа добросовестного партнера и ответственного контрагента. Поэтому для юридических лиц деловая репутация является одним из условий их благополучной как экономической, так и любой другой осуществляемой ими деятельности» [15, с. 11].

Прежде всего, «деловая репутация - это несомненно благо, в независимости от ее отнесения к одному из конкретных видов благ, которое не может существовать отдельно от юридического лица. Кроме того, она способна индивидуализировать юридическое лицо среди остальных. В следствие того, что отдельного права собственности на такое благо как деловая репутация не возникает, то и самостоятельно фигурировать в гражданском обороте деловая репутация не способна. Основой возникновения и существования деловой репутации служит такой нематериальный фактор

как общественное мнение, в связи с чем ей и присущи способы защиты нематериальных благ» [63, с. 75].

Для любого юридического лица закон оставляет право требовать от других лиц оценки их деятельности на основе анализа реальных действий и действий, таким образом законом в положениях ст. 152 ГК РФ закреплено право юридических лиц на существование объективной репутации, играющей немаловажное значение для общественной оценки.

Согласно положениям ст. 152 ГК РФ, а также иным нормам законодательства Российской Федерации, от которого произошло распространение дискредитирующей информации, является «немедленное удаление дискредитирующей информации или публикация опровержения, но извинения как способ судебной защиты в этик нормах отсутствуют. На основании этого, в коде проведенного судебного разбирательства, суд не может требовать от ответчика принесения извинений истцу в какой-либо форме» [19, с. 1001].

Но при наличии между сторонами судебного разбирательства в деле о защите деловой репутации, либо чести и достоинства мирового соглашения, добровольно принятого сторонами, оно может быть вполне принято в качестве основного решения по делу. Как указано в п. 18 Постановления от 2005 года «утверждение подобного мирового соглашения не нарушает прав и законных интересов других лиц и не противоречит закону, который не содержит такого запрета» [55, с. 150].

В этой связи предлагается на законодательном уровне ввести такой способ защиты права юридического лица, чья деловая репутация была опорочена, как извинение. Для реализации моего предложения считаю необходимым дополнить п. 9 ст. 152 ГК РФ путем внесения в нее изменений следующего содержания: «Гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, наряду с опровержением таких сведений или опубликованием своего ответа вправе требовать возмещения убытков и компенсации морального вреда,

причиненных распространением таких сведений, а также принесения извинений за такое распространение».

Повторно отметим, что несмотря на начало формулировки нормы со слова «Гражданин», данные правила будут относимы и к юридическим лицам, что предписано п. 1 ст. 152 ГК РФ.

Закрепление такого способа защиты поспособствует расширению перечня вариантов защиты деловой репутации юридического лица, что, несомненно, является острой необходимостью, поскольку с каждым годом источники и способы распространения порочащей информации увеличиваются. Кроме этого, данное законоположение устранил возникшую правовую коллизию.

Заявитель вправе требовать опровержения информации, которая расценена или как умаляющая его деловую репутацию как в судебном порядке, так и прямым обращением в СМИ, это право гарантировано п. 1,2 и 9 ст. 152 ГК РФ. Как таковое досудебное обращение с претензией к ответчику, в случае если это СМИ не носит обязательного характера и скорее являет собой вид мирового соглашения. Именно он чаще всего встречается на практике. Регламент опровержения подробно изложен в ст. 44 Закона о СМИ. На основании положений ст. ст. 43 - 45 Закона о СМИ, в случае необоснованного отказа в опровержении, либо нарушения сроков опровержения, за заявителем сохраняется и гарантируется право обращения в суд в отношении допустившего нарушения СМИ.

Основная опасность, существующая для юридического лица, при появлении информации, содержащей порочащие сведения, особенно в условиях недостоверности представленных данных, это риск возникновения убытков и нарушения естественного порядка хозяйственной деятельности. «Убытки возникают в связи с наступлением недоверия со стороны партнеров, клиентов и контрагентов, при этом наступившие убытки должны иметь реальный характер и наступить именно в связи распространением негативной информации. Обязанностью истца в данном случае, будет являться

доказательства причинно-следственной связи между понесенными убытками и распространением недостоверных порочащих сведений. Имеет место быть главная проблема в правоприменительной практике, а именно вопрос компенсации юридическому лицу нематериального вреда, сходного с своим функционалом с моральным вредом по отношению к физическому лицу» [15, с. 12].

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

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

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

- «защита юридического лица строиться на тех положениях, которые соответствует его юридической природе;
- не являясь живущим организмом, способным к высшей нервной деятельности, юридическое лицо не способно испытывать никаких

страданий. Т.к. страдания связаны с негативными воздействиями и являются реакцией психики на эмоциональное воздействие;

- основная статья ГК, регламентирующая способы гражданской защиты права 12, не предусматривает взыскание репутационного вреда, равно как и иные нормативные акты, регулирующие данный вид отношений, т.к. юридическое лицо обладает правом только на компенсацию того вреда, который был получен на материальном уровне, благодаря распространению информации, за саму информацию, наказания как такого нет;
- юридическое лицо, являясь истцом, обладает правом на компенсацию только того вреда, который был получен в результате репутационного вреда, на сам же факт репутационного вреда исковые требования распространяться не могут» [21, с. 303].

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

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

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

«Разница между положительным и отрицательным значением деловой репутации уже показана и разобрана в рамках проведенной работы, можно указать что еще одним значением, или показателем восприятия со стороны третьих лиц является то, что по наличию положительной, либо отрицательной деловой репутации идет суждение о стабильности юридического лица, что соответственно также формирует степень доверия со стороны» [15, с. 13].

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

На основании изложенного, можно сделать следующий вывод:

- следует оформить вывод из вышесказанного: самостоятельным механизмом защиты деловой репутации юридического лица, помимо положений, прописанных в ст. 15 и 152 ГК РФ, должна стать и компенсация репутационного вреда, так как причиненный вред является следствием умысла и искажает объективную общественно-социальную оценку субъекта, как участника гражданских отношений;
- в настоящее время основным способом защиты репутации деловых лиц, являются положения, предусмотренные ст. 15 и 152 ГК РФ, а

именно опровержение порочащих сведений и возмещение понесенных убытков. Прежде всего они направлены на восстановление попорченной репутации и возвращению ее в первоначальное состояние, но при этом если проводить объективный анализ, не в полной мере последующее опровержение может восстановить деловую репутацию, поскольку у респондентов и получателей информации, может остаться негативное восприятие, с учетом скептического отношения к опровержениям. Правовой механизм, обеспечивающий защиту нематериальных благ и неимущественных прав, давно уже нуждается в обновлении, путем привнесения в него превентивного способа защиты, в виде четко определенного возмещения репутационного вреда, который в отличие от достаточно трудно доказуемого морального вреда, подлежит оценочным действиям.

3.2 Проблемы гражданско-правовой ответственности за нарушение права юридического лица на деловую репутацию

Являясь сложной структурой, вред имеет определенные свойства, если взять его способность влиять на юридическое лицо и его репутацию, то легко определить, что в случае нанесения ущерба самому юридическому лицу он ни в коем случае не повлияет на его репутацию, но в случае нанесения ущерба репутации самой компании, так или иначе, прямо или косвенно, это нанесет вред самому юридическому лицу. Если такой ущерб причинен в виде убытков, то он возмещается в соответствии с положениями ст. 15 ГК РФ. Механизм защиты, предусмотренный ст. 152 ГК РФ, в виде опровержения порочащих сведений, в настоящее время является основным методом защиты, однако часто его бывает недостаточно для восстановления деловой репутации до прежнего состояния, покрытия причиненного ущерба и возлагают соразмерную ответственность. В целях обеспечения превентивной функции

правового механизма, обеспечивающего неприкосновенность права на неприкосновенность репутации компании, практика арбитражных судов предусматривает возможность возмещения причиненного ущерба репутации юридического лица [19, с. 1002].

Само по себе возмещение ущерба, нанесенного корпоративной репутации, является судебной и арбитражной практикой, независимо разработанной Российской Федерацией как наиболее подходящий способ противодействия распространению дискредитирующей информации в случае, если она изначально является действительно ложной и направлена на причинение вреда репутации. Повреждать [67, с. 33]. В какой-то степени этот метод является отсылкой к статье 151 ГК РФ, которая служит своеобразным аналогом компенсации морального вреда, но в силу сложившейся традиции и существующей буквы закона данное положение распространяется только на физических лиц. Рассматриваемый аспект компенсации включает в себя несколько функций: «ее основная задача - восстановление ухудшенной деловой репутации посредством финансовых штрафов, а гражданско-правовая ответственность возлагается на виновных путем назначения определенных денежных сумм, а значит, и превентивная функция закона в данном регионе».

Вышеупомянутая позиция предусматривает, что суды обязаны расследовать само существование ущерба, нанесенного репутации юридического лица в контексте распространения информации, не соответствующей действительности, имело ли место распространение как таковых данных сведений в представляющих собой репутационный вред, установить и оценить сам факт причинения ущерба, подлежит ли он компенсации, установить рациональность использование того или иного законодательного положения, регулирующего сложившуюся ситуацию, для принятия оптимальнейшего решения в рамках действующего законодательства. Таким образом вопрос о компенсации причинённого деловой репутации, по основным признакам вполне соответствует требованиям, предъявляемым при установлении факта причинения

морального ущерба в силу распространения недостоверной информации в отношении физического лица. (п. 9 ст. 152 ГК РФ). Для изучения вопроса о применении судебной практики федеральными арбитражными судами, коснемся непосредственной практики в частности ФАС Волго-Вятского округа, а также иных арбитражных судов РФ, рассмотрение существующей практики прежде всего поможет в выработке способов усовершенствования законодательных актов, регулирующих вопрос защиты деловой репутации юридического лица, а также для обобщения практики Высшего Арбитражного Суда РФ по вопросу исследуемой компенсации. Изначально ФАС Волго-Вятского округа руководствовалось принципом действующего законодательства, не предусматривающего в своей букве, каких-либо компенсаторных выплат для юридического лица, если данные выплаты не были соотнесены с убытками понесенными юридическим лицом в результате противоправных действий, связанных с умалением деловой репутации.

В заключение можно сделать следующие обобщающие выводы:

- современная практика арбитража позволяет отметить, что суды вполне допускают возможность присуждения выплат по возмещению ущерба деловой репутации юридических лиц;
- принятие положительного решения для юридического лица в данном случае зависит от его способности предоставить доказательства, отвечающие общим требованиям защиты деловой репутации;
- присуждение компенсации фактически не будет компенсацией за ущерб репутации, но будет компенсацией за полученный финансовый ущерб и связанную с этим упущенную выгоду.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время вопрос о характере деловой репутации и ее защите является дискуссионным. До тех пор, пока не будут определены все свойства деловой репутации, окончательное отнесение ее к определенной юридической группе видов, право юридического лица на ее защиту остается очень неразвитым. Отсутствие трактовки деловой репутации с точки зрения законодательства не позволяет

установить четкие критерии оценки причиненного ей ущерба. Имеющиеся характеристики указывают только на наличие прямого причиненного ущерба, выражающегося в мгновенном уменьшении получаемой выгоды, нарушение нормального хода хозяйственной деятельности, но при этом не ставится вопрос или не считается, что причиненный ущерб может быть пролонгирован, после окончания срока дающего права на подачу иска, доказать в необходимость продления сроков исковой давности, либо их восстановление будет почти невозможно [65, с. 52].

С точки зрения представленной практики, суды довольно легко решают вопрос о нарушении, неточности информации и нанесении ущерба репутации компании, так как с верными доказательствами нетрудно определить ухудшение бизнеса и репутации. Вопрос же о гражданско-правовой ответственности и компенсации ущерба представляется возложить на суды, дополнив соответствующими положениями как ст. 15, так и ст. 152 ГК РФ.

Заключение

Правовая защита деловой репутации юридического лица и необходимость подробной регламентации такой защиты со стороны законодателя в современных реалиях экономики и конкуренции действительно возрастает, поскольку для юридического лица деловая репутация является важнейшим условием благополучия осуществляемой им деятельности.

Цель выпускной квалификационной работы достигнута: изучено определение деловой репутации юридического лица, рассмотрено право юридического лица на защиту своей деловой репутации и момент его возникновения, выявлены её значение и особенности гражданско-правовой защиты. На основании материалов судебной практики проанализировано правоприменение норм о защите деловой репутации юридического лица и действие механизма такой защиты.

В ходе проведенного исследования было определено, что в законодательстве Российской Федерации понятие «деловая репутация юридического лица» в целом не раскрывается, несмотря на её огромное значение. Установлено, что право на защиту деловой репутации юридического лица возникает с момента его регистрации и внесения сведений о нем в ЕГРЮЛ, а основаниями защиты является совокупность условий: факт распространения сведений; порочащий характер распространённых сведений; несоответствие действительности распространённых сведений. Способами защиты нарушенного права являются опровержение, ответ, удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет», возмещение убытков и самый спорный и вызывающий активную в научном сообществе дискуссию способ, - возмещение репутационного вреда.

В ходе исследования выявлены следующие проблемы:

- на данный момент существует правовая коллизия, при которой такой способ защиты права юридического лица, чья деловая репутация

опорочена, как извинение не может быть реализован в ходе вынесения решения по делу ввиду отсутствия прямого указания на него в законе, однако не запрещен при заключении мирового соглашения, поскольку не нарушает права и законные интересы лиц.

Решение данной проблемы видится в закреплении в п. 9 ст. 152 ГК РФ извинений за распространение порочащих деловую репутацию юридического лица сведений в качестве способа защиты нарушенного права.

- выявлена проблема определения объекта судебной защиты в делах о защите деловой репутации юридических лиц ввиду динамичности и изменчивости деловой репутации как таковой.

Для устранения данной проблемы предлагаем юридическим лицам, имеющим намерение защищать свои нарушенные права на деловую репутацию в суде, проводить оценку своей деловой репутации с помощью специалистов, по результатам которой деловой репутации будет условно присвоен коэффициент от 0 до 2 в зависимости от качества деловой репутации (отрицательная, нейтральная, положительная). Соответственно, компенсация ущерба за нарушенное право может быть рассчитано по формуле: размер причиненного вреда * коэффициент, присвоенный специалистами.

- проблемным является вопрос доказывания размера причиненных убытков, так как законодатель не закрепил, каким именно способом необходимо рассчитывать убытки, причиненные действиями распространителя порочащей информации. Ввиду сложности расчетов убытков и их обоснования, суды зачастую отказывают в удовлетворении требований об их взыскании.

В этой связи решение проблемы представляется во внесении изменений в п. 16 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», в который необходимо добавить абзац второй, где изложить перечень надлежащих способов для расчета убытков в виде отчета об оценке убытков, данных о

среднестатистическом снижении оборота продажи продукции после распространения сведений и иные финансовые документы за последний отчетный период, предшествующий распространению, и за отчетный период на момент рассмотрения дела. Убытками должна являться та денежная сумма, на которую показатели за период до посягательства больше показателей на момент рассмотрения дела.

- существует неопределенность в возможности взыскания репутационного вреда в пользу юридического лица, который схож по правовой природе с моральным вредом, причиненным гражданину. Конституционный Суд РФ и Верховный Суд РФ признали возможность взыскания репутационного вреда юридическим лицом, чья деловая репутация пострадала. Между тем, на практике, сложилась двойственная ситуация: одни суды, опираясь на позицию Конституционного Суда РФ и Верховного Суда РФ, признают возможность взыскания такого вреда, другие - не признают ввиду отсутствия положений в ГК РФ о таком способе защиты права. Существующая юридическая коллизия упирается в несформированность окончательного определения о сути самой компенсации репутационного вреда и обозначения его правовой природы.

В этой связи возможность требовать компенсацию репутационного вреда должна быть законодательно закреплена, кроме этого, должны быть выработаны критерии и способы определения размера компенсации. Для реализации моего предложения считаем необходимым внести изменения в п. 11 ст. 152 ГК РФ, в которой определить, что компенсация репутационного вреда является способом защиты деловой репутации юридического лица при распространении порочащих его сведений.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Абрамов Е.Н., Аверченко Н.Н., Арсланов К.М. и др. Гражданское право: учебник в 3 т. // отв. ред. Сергеев А.П. Москва: Проспект. 2019. 880 с.
2. Алексеева Е.П. Репутационные риски в современных российских компаниях // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. С. 93-94.
3. Антошкин А.В. Проблемы гражданско-правовой защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц // Молодой ученый. 2023. № 7 (454). С. 149-158.
4. Апелляционное определение Московского городского суда от 22.01.2020 по делу № 33-1895/2020.
5. Апелляционное определение Московского городского суда от 14.06.2018 по делу 33-25578/2018.
6. Апелляционное определение Московского городского суда от 20.09.2017 по делу № 33-23547/2017.
7. Апелляционное определение Московского городского суда от 18.10.2017 по делу № 33-42820/2017.
8. Апелляционное определение Московского городского суда от 02.02.2018 по делу № 33-4383/2018.
9. Апелляционное определение Московского городского суда от 16.04.2019 по делу № 33-17767/2019.
10. Богатых Н.П. Деловая репутация юридического лица: проблема определения понятия // Наукосфера. 2023. № 4-1. С. 409-413.
11. Борха С.С. Защита деловой репутации юридических лиц // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2021. № 7. С. 61-69.
12. Гаврилов Е.В. Наследие практики ВАС РФ и новейшая практика ВС РФ о компенсации нематериального (репутационного) вреда юридическим лицам // Информационно-аналитический журнал «Арбитражные споры». 2017. № 4. С. 101-118.

13. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации от 5 декабря 1994 г. N 32 ст. 3301.
14. Двенадцатова Т. Защита деловой репутации набирает обороты // ЭЖ-Юрист. 2017. № 12. С. 14.
15. Ерасмик Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц // Административное право. 2015. № 1. С. 11-14.
16. Жарков М.А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке // Советник юриста. 2021. №7. С. 53 – 77.
17. Жданов А.В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. 2021. Вып. 12. С. 131-134.
18. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» (ред. от 29.12.2022) // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации от 13 февраля 1992 г. N 7 ст. 300.
19. Золотухина Е.А. Репутационный вред юридического лица // VII Международная студенческая научно-практическая Интернет-конференция «Энергия науки». 2017. С. 1000-1004.
20. Иванова С.А. Гражданско-правовые способы защиты деловой репутации юридических лиц // Вестник МГПУ. Серия: Юридические науки. 2023. № 1 (49). С. 57-70.
21. Игнатьева Е.В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. № 2. С. 302-305.
22. Каменева З.В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. 2014. № 5. С. 19-22.
23. Карайчева О.В. Деловая репутация как объект гражданских прав: дисс...канд.юрид. наук. Краснодар. 2014. 211 с.

24. Килинкаров В.В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности: дисс...канд. юрид. наук. Санкт-Петербург. 2011. 204 с.

25. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ (ред. от 29.05.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 января 2002 г. N 1 (часть I) ст. 1.

26. Колосова В.И., Вавилычева Т.Ю. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. № 3. С. 258-266.

27. 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 № 1-ФКЗ, вступили в силу 4 июля 2020 года (Указ Президента РФ от 03.07.2020 № 445) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.

28. Малеина М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя // Законодательство и экономика. 1993. № 24. С. 18-22.

29. Мартынова П.С. Пробелы законодательства в сфере защиты чести, достоинства и деловой репутации юридических лиц // В сборнике: Инновации в науке и практике. Сборник научных статей по материалам X Международной научно-практической конференции. Уфа, 2023. С. 155-160.

30. Новикова Е. Защита деловой репутации: споры со средствами массовой информации // Административное право. 2017. № 4. С. 45-50.

31. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации: утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016 г. // Бюллетень Верховного суда РФ. 2016. № 10.

32. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного суда РФ от 26.10.2015 по делу № 307-ЭС15-5345, А56-17708/2014.

33. Определение Московского городского суда от 22.12.2016 по делу № 4Г-8327/2016.
34. Определение Московского городского суда от 26.03.2018 по делу № 4Г-1535/2018.
35. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного суда РФ от 02.04.2019 по делу 49-КГ19-6.
36. Определение Московского городского суда от 30.09.2019 по делу № 4Г-12272/2019.
37. Определение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 14.01.2020 по делу № 88-2609/2019.
38. Определение Московского городского суда от 12.09.2019 по делу № 4Г-11264/2019.
39. Определение Арбитражного суда Республики Башкортостан от 14.12.2017 по делу № А07-24881/2017.
40. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда от 09.07.2019 по делу № 49-КГ19-23.
41. Определение ФАС Московского округа от 04.05.2005 по делу № КГ-А40/1052-05.
42. Определение Конституционного Суда РФ от 4 декабря 2003 г. № 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного суда РФ. 2004. № 3.
43. Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик от 31 мая 1991 г. № 2211-1 // Ведомости СНД и ВС СССР. 1991. № 26. Ст. 733. Утратил силу в связи с принятием Федерального закона от 30.11.1994 № 52-ФЗ.
44. Пешкова О.А. Защиты деловой репутации и других нематериальных благ юридических лиц // Правовые вопросы связи. 2005. № 1. С. 18-25.

45. Письмо Банка России от 30.06.2005 № 92-Т «Об организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах» // Вестник Банка России. 2005. № 34.

46. Поляков Е.А. О некоторых проблемах компенсации морального вреда как способа защиты деловой репутации // В сборнике: WORLD OF SCIENCE. сборник статей III Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023. С. 142-144.

47. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Российская газета. 2005. № 50.

48. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 01.02.2018 № Ф05-21448/2017 по делу А41-16180/2017.

49. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 16.06.2015 № Ф04-19417/2015 по делу № А02-485/2014.

50. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 17.03.2015 № Ф04-16175/2015 по делу № А45-4604/2014.

51. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 10.07.2013 по делу № А56-42664/2012.

52. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 10.06.2014 № Ф07-3454/2014 по делу № А05-9627/2013.

53. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 27.12.2012 по делу № А6-6614/2011.

54. Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 18.01.2016 по делу № А17-7903/2014.

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

56. Постникова К.И. Проблема компенсации нематериального вреда юридическим лицам за нарушение их деловой репутации // В сборнике: юриспруденция в современном обществе: проблемы регулирования правовых отношений. сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023. С. 52-57.
57. Приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153 «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов»» // Российская газета. 2008. № 22.
58. Резник Г.М., Скловский К.И. Честь. Достоинство. Деловая репутация: споры с участием СМИ // отв. ред. К.И. Скловский. Москва: Статут. 2006. 268 с.
59. Решение Арбитражного суда Республики Татарстан от 05.05.2025 по делу № А65-31202/2014.
60. Решение Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 26.03.2018 по делу № А79-1530/2018.
61. Решение Арбитражного суда Республики Башкортостан от 25.12.2018 по делу № А07-25359/2018.
62. Рожкова М.А. Средства и способы защиты сторон коммерческого спора // Волтерс Клувер. 2006. 416 с.
63. Садриев И.Н. Понятие и правовые особенности деловой репутации юридических лиц в Российской Федерации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 12-5 (75). С. 75-77.
64. Садриев И.Н. К вопросу о способах защиты деловой репутации юридических лиц в свете совершенствования российского гражданского законодательства // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 12-5 (75). С. 72-74.
65. Толмачёва Е.А. Защита деловой репутации юридического лица: перспективы комплексного подхода // Адвокатская практика. 2023. № 1. С. 50-54.

66. Федеральный закон от 2 июля 2013 г. N 142-ФЗ «О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 8 июля 2013 г. N 27 ст. 3434.

67. Шибанова В.К. Правовые проблемы судебной защиты деловой репутации индивидуальных предпринимателей и юридических лиц // Моя профессиональная карьера. 2023. Т. 1. № 48. С. 28-40.

68. Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики // Москва: Волтерс Клувер. 2004. 320 с.

69. Ячменникова Н. Авария под градусом // Российская газета. 2013. № 157. С. 1.