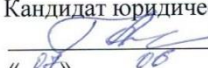


Министерство образования и науки Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
Юридический институт  
Кафедра гражданского права

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ОПП  
Кандидат юридических наук, доцент  
 И.А. Никитина  
« 27 » 06 2017 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА**

**ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА**

по основной образовательной программе подготовки бакалавров  
направление подготовки 40.03.01 – Юриспруденция

Борина Маргарита Александровна

Руководитель ВКР  
Кандидат юридических наук, доцент  
 К.П. Татаркина  
«    »    2017 г.

Автор работы  
студент группы № 06305  
 М.А. Борина

Томск–2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение                                                                                                              | 3  |
| 1 Деловая репутация, как правовая категория                                                                           | 6  |
| 1.1 Понятие и правовая природа деловой репутации                                                                      | 6  |
| 1.2 Право юридического лица на деловую репутацию                                                                      | 18 |
| 2 Гражданско–правовая защита деловой репутации юридического лица                                                      | 29 |
| 2.1 Условия защиты деловой репутации юридического лица                                                                | 29 |
| 2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица                                                                | 39 |
| 3 Способы защиты деловой репутации юридического лица                                                                  | 46 |
| 3.1 Опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица                                               | 46 |
| 3.2 Право на ответ                                                                                                    | 54 |
| 3.3 Удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет», как способы защиты деловой репутации | 59 |
| 3.4 Возмещение убытков, как способ защиты деловой репутации                                                           | 65 |
| 3.5 Компенсация репутационного вреда                                                                                  | 69 |
| Заключение                                                                                                            | 78 |
| Список использованных источников и литературы                                                                         | 80 |

## ВВЕДЕНИЕ

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

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

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

так и в арбитражных судах. В среднем ежегодно рассматривается 5000 дел в судах общей юрисдикции и 800 – в арбитражных судах<sup>1</sup>.

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

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

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

**Цель и задачи исследования.** Цель – комплексный анализ защиты деловой репутации юридического лица.

В рамках цели поставлены следующие задачи:

- раскрыть понятие деловой репутации;
- определить место деловой репутации среди объектов гражданских прав;
- исследовать правовую природу права юридического лица на деловую репутацию, его содержание и момент возникновения;

---

<sup>1</sup> Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2016 г. // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2016. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

– проанализировать такие способы защиты деловой репутации, как опровержение порочащих сведений, право на ответ, удаление соответствующей информации и удаление информации в сети «Интернет» возмещение убытков и компенсация репутационного вреда;

– раскрыть возможность и необходимость использования компенсации репутационного вреда, как способа защиты деловой репутации юридического лица.

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

**Предмет** – национальные нормативные правовые акты, регулирующие защиту деловой репутации, судебная практика по данному вопросу и научные исследования, посвященные деловой репутации и ее защите.

Теоретическую основу работы составляют труды российских ученых. Таких как А.М. Эрдлевского, А.П. Сергеева, Е.А. Суханова, М.А. Рожковой, М.И. Брагинского, В.В. Витрянского, С.С. Алексеева, С.Н. Братусь, А.Л. Анисимова, О.Ш. Аюпова, А.Р. Гусаловой, О.В. Карайчевой и др.

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

**Эмпирическую базу** исследования составляют материалы судебной практики арбитражных судов Российской Федерации по делам о защите деловой репутации юридических лиц, акты Конституционного Суда РФ, Верховного Суда РФ, Европейского Суда по правам человека.

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

## 1 Деловая репутация, как правовая категория

### 1.1 Понятие и правовая природа деловой репутации

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

Согласно Толковому словарю русского языка В.И. Даля «репутация» – это общее мнение о ком–либо<sup>1</sup>. Подобной точки зрения придерживаются и в доктрине гражданского права. Так, репутация понимается, как мнение общества об определенном субъекте, сложившееся в результате оценки его общественно–значимых качеств и поведения. А деловая репутация есть «частный случай репутации»<sup>2</sup>. То есть «репутация» есть общее понятие по отношению к частному – «деловая репутация».

Единое определение деловой репутации в литературе отсутствует.

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

Так, А.П. Сергеев в своей работе пишет, что деловая репутация – это мнение о лице, сложившееся в результате оценки его профессиональных качеств<sup>3</sup>. При ознакомлении с таким достаточно кратким определением можно сделать ошибочный вывод о том, что деловой репутацией обладают только физические лица, так как именно они могут иметь профессиональные качества, а юридические лица оцениваются как участники делового оборота.

З.В. Каменева более широко определяет деловую репутацию и считает, что в широком смысле под деловой репутацией понимается оценка обществом профессиональных, должностных качеств физических и юридических лиц, не зависимо от участия в деловом (предпринимательском) обороте, а в узком – оценка деловых качеств участников именно делового оборота<sup>4</sup>. Оценивая

---

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

<sup>2</sup> Тюленев И.В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / И.В. Тюленев. М., 2010. С. 31 – 32. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации», Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. М. : РГ–Пресс, 2011. Т. 1. С. 419.

<sup>3</sup> Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. М. : РГ–Пресс, 2011. Т. 1. С. 419.

<sup>4</sup> Каменева З. В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. 2014. № 5. С. 19

данное определение можно еще раз отметить, что юридические лица не обладают должностными и профессиональными качествами, следовательно, согласно широкому подходу деловая репутация может принадлежать только физическим лицам. А согласно узкому подходу – только тем лицам, которые могут быть участниками делового оборота, то есть коммерческим юридическим лицам, некоммерческим, осуществляющим предпринимательскую деятельность для достижения уставных целей и индивидуальным предпринимателям. Можно заметить, что такая точка зрения внутренне противоречива.

Но с дополнением З.В. Каменевой следует согласиться, автор верно указывает, что окружающие могут оценить лишь те качества лица, которые известны обществу, неизвестные – не составляют деловую репутацию<sup>1</sup>.

Деловая репутация, по мнению А.М. Эрделевского, это выраженная в общественном мнении оценка деловых качеств лица. Причем под деловыми, автор понимает те качества, которые обеспечивают самостоятельное осуществление или участие в деятельности, нацеленной на удовлетворение потребностей общества. А также отмечает, что юридическое лицо и образуется для участия в деловых отношениях, следовательно, любые его качества – деловые<sup>2</sup>. Указанное мнение представляется наиболее верным.

Но для того, чтобы сделать вывод, необходимо дать точное определение прилагательному «деловая». С.И. Ожегов в Толковом словаре русского языка определяет, что «деловой» – есть относящийся к работе, служебной или общественной деятельности<sup>3</sup>. То есть деловая – это такая репутация, которая имеет отношение к какой-либо деятельности лица, будь то профессиональная, служебная, общественная или иная социально-значимая деятельность.

Есть и иные точки зрения по поводу понятия деловой репутации.

Так, В.В. Килинкарров пишет: деловая репутация – есть профессиональное «я» лица, сумма его положительных и отрицательных свойств, которое

---

<sup>1</sup> Там же. С. 19.

<sup>2</sup> Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. 3-е изд., испр. и доп. М.: ВолтерсКлувер, 2004. С. 146.

<sup>3</sup> Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. М. : ИТИ Технологии, 2003. С. 367.

отражено в мнении общества<sup>1</sup>. О.Ш. Аюпов понимает деловую репутацию, как «образ». Так, по мнению автора, деловая репутация есть образ, который сложился в процессе оценки качеств лица<sup>2</sup>.

Согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова «образ» в философии понимается, как результат отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека<sup>3</sup>. Однако в процессе оценки качеств определенного лица, на основе анализа различных мнений, в сознании каждого складывается не определенный единый образ, а свое собственное мнение, отношение к этому лицу. Данное мнение так же может стать предметом анализа другого лица, которое согласится с ним, либо на основе его сформирует свою точку зрения. Следовательно, единый для всех, постоянный образ, как и так называемое «я» лица не может сформироваться на основании его оценки, так как она не будет одинакова в сознании каждого.

Но следует согласиться с указанием О.Ш. Аюпова о том, что общественной оценке подвергаются не только профессиональные, но и иные общесоциальные качества<sup>4</sup>. О чем уже было указано выше. Проанализировав внутреннее законодательство и международные акты, участником которых является Российская Федерация, автор констатирует, что государством гарантируется защита деловой репутации независимо от того, какой деятельностью занимается ее обладатель. Но при этом такая деятельность должна обладать качествами, которые имеют значение для других лиц (социально–значимыми качествами). Иначе защита будет лишена смысла<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Килинкар В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкар. С. –Петербург, 2011. С. 13 – 14. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 24. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>3</sup> Ожегов С. И. Указ. соч. С. 789.

<sup>4</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 24. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>5</sup> Аюпов О. Ш. Понятие «деловая репутация юридического лица» // Правовые проблемы укрепления российской государственности. 2010. № 45 С. 100 – 101.

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

Лицо может быть оценено с точки зрения его надежности, исполнительности <sup>1</sup>, перспективности развития, качества деятельности, эффективности менеджмента, профессионализма персонала <sup>2</sup>, известности, наличия прочных деловых связей<sup>3</sup> и т.д.

Можно сказать, что деловая репутация является средством персонализации лица, она позволяет определить его особенности, формирующие статус и позволяющие отграничить его от ему подобных<sup>4</sup>.

Следует так же отметить, что юридическое лицо формирует и корректирует свою деловую репутацию собственными действиями. Более того, законодательство не запрещает лицу самостоятельно распространять информацию о себе, и в силу части 5 статьи 10 Гражданского Кодекса Российской Федерации (– далее ГК РФ) подобные действия предполагаются добросовестными и разумными, пока не доказано обратное<sup>5</sup>.

Деловая репутация динамична, изменчива, подвержена повышению и падениям <sup>6</sup>. Она может быть и положительной, и отрицательной. Положительная деловая репутация – это мнение о качествах лица, где

---

<sup>1</sup> Ситдикова Л. Б. Личные неимущественные права юридического лиц // Юридический мир. 2015. № 7. С. 29 – 30.

<sup>2</sup> Колосова В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны / В.И. Колосова, Т.Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. № 3 – 1. С. 260.

<sup>3</sup> Барсукова В. Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий // Ученые записки юридического факультета. 2015. № 37 (47). С. 11.

<sup>4</sup> Власова А.С. Становление «личности» коммерческой корпоративной организации: теоретические и практические аспекты / А.С. Власова, Н.М. Удалова, К.С. Кочкурова // Право и экономика. 2015. № 9. С. 49.

<sup>5</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон Рос. Федерации от 30 нояб. 1994 г. № 51 – ФЗ : (ред. от 28 марта 2017 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.

<sup>6</sup> Колосова В. И. Указ. соч. 260.

преобладает позитивная оценка. Отрицательная, следовательно, противоположна положительной<sup>1</sup>. И положительная и отрицательная репутация находят свое отражение в финансовой деятельности юридического лица. Положительная выражается как надбавка к цене, а отрицательная – в виде скидки с цены для контрагента<sup>2</sup>. В литературе отмечается, что объектом правовой защиты является положительная репутация<sup>3</sup>, действительно только она может быть ущемлена распространением не соответствующих действительности порочащих сведений. Но следует отметить, что в соответствии с пунктом 10 статьи 152 ГК РФ деловая репутация защищается и в случае распространения любых ложных сведений, даже положительных. Следовательно, в последнем случае можно говорить о наличии возможности защиты любой деловой репутации<sup>4</sup>.

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

Нематериальные блага, согласно статье 128 ГК РФ, являются объектами гражданских прав. Под благом, в доктрине, понимается объект правоотношений, то есть ценности, по поводу которых складывается поведение участников правоотношения, границы которого определяются их правами и обязанностями<sup>5</sup> или все, что может удовлетворить потребности субъекта права<sup>6</sup>. В ГК РФ выделяются два вида благ: материальные и нематериальные.

---

<sup>1</sup> Барсукова В. Н. Указ. соч. С. 9.

<sup>2</sup> Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [Электронный ресурс] : приказ Министерства финансов Рос. Федерации от 27 дек. 2007 г. № 153н : (ред. от 06 апр. 2015 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2015. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 29.10.2016)

<sup>3</sup> Барсукова В. Н. Указ. соч. С. 9.

<sup>4</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 21 – 22. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>5</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 410.

<sup>6</sup> Каменева З. В. Содержание субъективного права человека на честь и достоинство // Адвокат. 2014. № 4. С. 21.

Нематериальные – блага неэкономического характера, неразрывно связанные с личностью, непередаваемы и неотчуждаемы<sup>1</sup>.

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

Отмечается, что деловая репутация, как нематериальный актив, может быть передана другому лицу по договору коммерческой концессии и простого товарищества<sup>2</sup>. Так, согласно пункту 2 статьи 1027 ГК РФ по договору коммерческой концессии допускается возможность использования деловой репутации правообладателя. А в соответствии с пунктом 1 статьи 1042 ГК РФ у лица есть возможность внести деловую репутацию в качестве вклада в общее имущество товарищей<sup>3</sup>. Тоже указано в статье 16 Федерального закона от 28 нояб. 2011 г. №335–ФЗ «Об инвестиционном товариществе»<sup>4</sup>.

Однако данная точка зрения не представляется верной. Деловая репутация неотделима от организации, точно так же, как неотделима репутация от физического лица. Она не может быть самостоятельным объектом сделки, так как не является собственностью, ее невозможно купить или продать, обменять или подарить<sup>5</sup>. Рассмотренные положения законов предполагают неотчуждение самого блага, а его учет<sup>6</sup>, передаваться в таком случае может только право на использование деловой репутации<sup>7</sup>.

То есть следует отличать передачу блага от передачи права на использование блага. В случае передачи блага предполагается его полное

---

<sup>1</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 413.

<sup>2</sup> Каменева З. В. Указ. соч. С. 19, Колосова В.И. Указ. соч. С. 262, Ульянова О.А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты // Молодой ученый. 2015. № 9. С. 893.

<sup>3</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федер. закон Рос. Федерации от 26 янв. 1996 г. № 14 – ФЗ: (ред. от 28 марта 2017 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 5. – Ст. 410.

<sup>4</sup> Об инвестиционном товариществе: федер. закон Рос. Федерации от 28 нояб. 2011 г. № 335 – ФЗ : (ред. от 21 июля 2014 г.) // Собр. Законодательства Рос Федерации. 2011. № 49 (ч.1). Ст.7013.

<sup>5</sup> Исакова М. А. Гудвилл – деловая репутация предприятия // Новая наука: проблемы и перспективы. 2016. № 4 – 1. С. 116.

<sup>6</sup> Килинков В. В. Указ. соч. С. 19 – 20.

<sup>7</sup> Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие / М. А. Рожкова [и др.] ; под ред. М. А. Рожковой. Статут. 2015. 159 с. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2016. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 5.12.2016).

отчуждение, последующая невозможность его использования отчуждателем. А в случае передачи права на использование напротив, благо остается принадлежащим тому же лицу, при этом контрагент получает право пользоваться деловой репутацией на условиях, определенных соглашением.

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

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

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

– Деловая репутация является «нематериальным благом особого рода» – личностно–имущественным. О.В. Карайчева считает, что у деловой репутации экономико–правовая природа. Она содержит в себе качества нематериальных благ (нематериальна, индивидуализирует лицо, имеет особенное основание возникновения), но не обладает нематериальным содержанием<sup>1</sup>. Принимая во внимание возможность денежной оценки и передачи деловой репутации, она не

---

<sup>1</sup> Карайчева О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. В. Карайчева. Краснодар, 2014. С. 56 – 57. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

может приравниваться к числу нематериальных благ<sup>1</sup>. И как делает вывод З.В. Каменева, деловая репутация – «личное неимущественное благо с имущественным элементом»<sup>2</sup>.

– Деловая репутация – объект, приравненный к результатам интеллектуальной деятельности. Вывод сделан на основании ее свойств, выделенных автором данной точки зрения А.А. Тимерхановым: имущественный характер, возможность ее предоставления третьим лицам для использования, а также схожести, взаимосвязи со средствами индивидуализации юридического лица, предприятий, товаров, работ, услуг<sup>3</sup>.

– Деловая репутация «занимает промежуточное положение между нематериальными благами и объектами интеллектуальной собственности» (фирменное наименование, товарный знак и т.п.). И те, и другие индивидуализируют юридическое лицо, служат цели получения прибыли, а следствием посягательства на них являются отрицательные изменения в имущественном положении лица<sup>4</sup>. Главное отличие в том, что существование деловой репутации не ограничивается ни временем, ни территорией, чего нельзя сказать об объектах интеллектуальной собственности<sup>5</sup>.

– Юридическому лицу принадлежат два блага, которые связаны между собой и обозначены в законодательстве одним термином – деловая репутация. Первое благо – нематериальное, оно неотчуждаемое и неоцениваемое. Второе – материальное, а именно производная от общественной оценки экономическая надбавка, которая обладает экономической природой и является денежным выражением ожидания оценки со стороны общества. А.В. Жданов приходит к подобному выводу на основании того, что организация может быть оценена

---

<sup>1</sup> Кушнир В. С. Деловая репутация юридического лица как объект гражданского права // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2015. № 9. С. 15.

<sup>2</sup> Каменева З. В. Указ. соч. С. 20 – 21.

<sup>3</sup> Тимерханов А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. А. Тимерханов. М., 2012. С. 34 – 36. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>4</sup> Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. Владикавказ, 2012. С. 41 – 42. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>5</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 25.

обществом, то есть ей действительно принадлежит такое нематериальное благо, как деловая репутация. Но возможность передачи и оценки деловой репутации противоречит самой правовой природе нематериальных благ<sup>1</sup>.

«Недостаточно аргументов, которые позволили бы не согласиться с прямым указанием закона» – вот что пишет О.Ш. Аюпов в отношении позиций, отличных от законодательной<sup>2</sup>.

Действительно, можно отметить, что, во-первых, деловая репутация, не зависимо от ее принадлежности, является благом. Во-вторых, в основе ее формирования лежат нематериальные факторы (общественное мнение). В-третьих, она, бесспорно, не имеет материального выражения. В-четвертых, деловая репутация не может существовать отдельно от юридического лица. В-пятых, она индивидуализирует лицо, с которым непосредственно связана. В-шестых, деловая репутация не принадлежит лицу на праве собственности и не может являться самостоятельным предметом сделки. И в-седьмых, ей присущи способы защиты нематериальных благ. То есть деловая репутация по своей правовой природе есть нематериальное благо.

Из пункта 11 статьи 152 ГК<sup>3</sup> следует, что деловой репутацией обладают юридические и физические лица: как индивидуальные предприниматели, так и иные (педагоги, врачи и т.п.)<sup>4</sup>.

О.А. Ульянова же считает, что деловая репутация наличествует только в сфере предпринимательской деятельности. Осуществление некоммерческой организацией основной деятельности относится к репутации профессиональной<sup>5</sup>. Так же считает А.А. Тимерханов, который пишет, что деловая репутация коммерческого юридического лица – это используемый в

---

<sup>1</sup> Жданов А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа / Российское правоведение : трибуна молодого ученого. 2012. Вып. 12. С. 97 – 99.

<sup>2</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 16. Электрон. версия печат.публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>3</sup> Пункт 11 Статьи 152 ГК РФ: Правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина, за исключением положений о компенсации морального вреда, соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

<sup>4</sup> Российское гражданское право: учебник в 2 т. / В. С. Ем [и др.] ; отв. ред. Е. А. Суханов / М.: Статут, 2011. Т. 1. С. 896.

<sup>5</sup> Ульянова О.А. Указ. соч. С. 893 – 894.

целях получения прибыли экономический актив. А репутация, или доброе имя некоммерческого – результат его деятельности, который не нужно оценивать в экономическом аспекте<sup>1</sup>. М.А. Рожкова различает деловую репутацию в профессиональной среде и в бизнес-среде. Первая относится к любым организациям и гражданам, а вторая – только к субъектам предпринимательской деятельности<sup>2</sup>.

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

Так, Н.Г. Фроловский считает, что деловая репутация принадлежит коммерческим и некоммерческим организациям. Например, распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих деловую репутацию научной организации, может нанести ей убытки, как и коммерческой, от потери заказов на проведения исследований<sup>3</sup>. Тоже можно сказать о физических лицах, будь то врач, адвокат, общественный деятель или иной специалист в определенной сфере деятельности. Деловая репутация индивидуализирует гражданина как профессионала, отражает его оценку коллегами, партнерами, клиентами или поклонниками (для шоу-бизнеса)<sup>4</sup>.

В случае непризнания таких лиц обладателями деловой репутации они необоснованно лишаются права на ее защиту и восстановление<sup>5</sup>. А приведенный пример доказывает, что посягательство на деловую репутацию, может принести убытки любому физическому и юридическому лицу.

---

<sup>1</sup> Тимерханов А. А. Указ. соч. С. 58 – 60.

<sup>2</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 20 – 21.

<sup>3</sup> Фроловский Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. 2012. № 4. С. 49 – 50.

<sup>4</sup> Михалевич Е. В. О понятиях чести, достоинства и деловой репутации в российском гражданском праве // Мониторинг правоприменения. 2012. № 1. С. 42.

<sup>5</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 49. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

В подтверждение так же отмечу, что в пункте 3 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 фев. 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» (–далее Постановление Пленума ВС РФ от 24 фев. 2005 г. № 3) указано, что суд рассматривает заявление о защите деловой репутации организации, индивидуальных предпринимателей, или иных организаций и граждан<sup>1</sup>.

Такой же позиции придерживаются суды при разрешении споров о защите деловой репутации некоммерческих организаций. Так, автономная некоммерческая организация «ТВ–Новости» обратилась в суд с иском о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений. Судебная коллегия в апелляционном определении отменила решение суда первой инстанции и постановила новое: иск удовлетворить частично, в части признания оспариваемых сведений не соответствующими действительности, порочащими деловую репутацию некоммерческой организации<sup>2</sup>.

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

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

Деловой репутации физического лица в отличие от деловой репутации юридического лица присущ «морально–этический аспект». А деловой репутации лиц, участвующих в предпринимательской деятельности, присущи

---

<sup>1</sup> О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 фев. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2005. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.03.2017)

<sup>2</sup> Апелляционное определение Московского городского суда от 28 апр. 2016 г. по делу № 33 – 10957 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2016. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.11.2016).

свои особенности<sup>1</sup>, в частности законодатель допускает возможность передачи права на использование деловой репутации и ее приблизительную оценку. Отличия проявляются и в способах защиты. Так, согласно пункту 11 статьи 152 ГК РФ юридическое лицо, в отличие от гражданина, не может требовать возмещения морального вреда для защиты деловой репутации.

Наличие специфических особенностей может быть объяснено тем, что юридическое лицо создается специально для участия в деловом обороте, поэтому и деловую репутацию оно использует для удовлетворения интересов и достижения целей, ради которых создано. Данное обстоятельство не позволяет поставить знак равенства как между собственно физическими и юридическими лицами, так и принадлежащей им деловой репутацией.

В российском праве приобрело известность иностранное понятие goodwill. Существует мнение, что деловая репутация и goodwill синонимы<sup>2</sup>, однако необходимо отметить, что данные понятия отождествлять нельзя. Goodwill – это элементы и качества организации, с помощью которых она получает высокую прибыль и побуждает клиентов пользоваться ее товарами или услугами<sup>3</sup>. Goodwill охватывает только нематериальные активы юридического лица, в связи с чем понимается, как нематериальная стоимость организации<sup>4</sup>. Понятие goodwill шире понятия деловая репутация. В его содержание включается деловая репутация, способность работников к разработке и внедрению новых подходов в деятельности организации<sup>5</sup>, применяемые инновационные технологии, положение на соответствующем рынке, наличие устойчивой клиентуры, прочные деловые связи и др.<sup>6</sup>

Следует также различать деловую репутацию и имидж юридического лица. Имидж, в отличие от деловой репутации, специально, целенаправленно

---

<sup>1</sup> Дьяченко Е. М. Деловая репутация юридических лиц [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Е. М. Дьяченко. Краснодар, 2005. С. 40. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Юдина Л. Н. Исторические предпосылки возникновения понятия гудвила (деловой репутации организации) // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 8 С. 103.

<sup>3</sup> Цибенко А. Ю. Деловая репутация юридического лица и способы ее защиты // Налоги. 2011. № 24. С. 23.

<sup>4</sup> Колосова В. И. Указ. соч. С. 263 – 264.

<sup>5</sup> Ульянова О. А. Указ. соч. С. 892 – 893.

<sup>6</sup> Колосова В. И. Указ. соч. С. 263 – 264.

сформированный образ. Для формирования имиджа используются внешние атрибуты, которые могут быть восприняты обществом, например, традиции коллектива, отношения работников с руководителями, финансовое положение организации<sup>1</sup>.

Итак, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что деловая репутация – сложившееся общественное мнение, в котором выражена оценка деловых качеств лица, то есть таких качеств, которые имеют отношение к какой-либо его социально-значимой деятельности (служебной, профессиональной, общественной, производственной или иной). Деловая репутация является нематериальным благом. Она может принадлежать любым юридическим и физическим лицам.

## 1.2 Право юридического лица на деловую репутацию

Провозглашение в Российской Федерации демократии взаимосвязано с достижением и поддержанием высокого уровня реализации и защиты прав и свобод человека со стороны государства, причем как имущественных, так и неимущественных, в том числе права на деловую репутацию<sup>2</sup>. Законодатель наделил правом на деловую репутацию не только физических, но и юридических лиц (пункт 11 статьи 152 ГК РФ).

«Право» можно рассматривать в объективном и субъективном смысле.

Право юридического лица на деловую репутацию в объективном смысле – это совокупность норм, регулирующих отношения, которые складываются по поводу деловой репутации организации<sup>3</sup>.

Термин «деловая репутация» был впервые закреплён в законодательстве в статье 7 Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных

---

<sup>1</sup> Цибенко А. Ю. Указ. соч. С. 30.

<sup>2</sup> Безроднова К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Право. 2013. № 1. С. 12 – 13.

<sup>3</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 27. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

республик 31 мая 1991 г.<sup>1</sup> Современный Гражданский кодекс РФ от 1 янв. 1995 г. в пункте 2 статьи 2 устанавливает, что нематериальные блага защищаются гражданским законодательством, если иное не вытекает из их существа. Статья 152 посвящена защите чести, достоинства и деловой репутации. Она позволяет при использовании права на свободу слова определять границы распространения информации. Существенные изменения в статью 152 ГК РФ были внесены со вступлением в силу Федерального закона № 142–ФЗ от 1 окт. 2013 г. «О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» (– далее ФЗ № 142–ФЗ от 1 окт. 2013 г.)<sup>2</sup>.

Следует разобраться, о чем же говорится в статье 152 ГК РФ. Наделяет ли законодатель юридическое лицо субъективным правом на деловую репутацию?

---

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

Статья 7. Защита чести, достоинства и деловой репутации

1. Гражданин или юридическое лицо вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности.

2. Если сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина или юридического лица, распространены в средствах массовой информации, они должны быть опровергнуты в тех же средствах массовой информации.

В случае, если указанные сведения содержатся в документе, исходящем от организации, такой документ подлежит замене или отзыву.

Порядок опровержения в иных случаях устанавливается судом.

3. Гражданин или юридическое лицо, в отношении которого средствами массовой информации опубликованы сведения, ущемляющие его права или законные интересы, имеет право на публикацию своего ответа в тех же средствах массовой информации.

4. Требование гражданина или юридического лица о публикации опровержения либо ответа в средстве массовой информации рассматривается судом в случае, если орган массовой информации отказал в такой публикации либо в течение месяца не произвел публикацию.

5. Если решение суда не выполнено, суд вправе наложить на нарушителя штраф, взыскиваемый в доход бюджета. Штраф налагается в порядке и размерах, установленных гражданским процессуальным законодательством. Уплата штрафа не освобождает нарушителя от обязанности выполнить предусмотренное решением суда действие.

6. Гражданин или юридическое лицо, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

7. Если установить лицо, распространившее сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина или юридического лица, невозможно, лицо, в отношении которого такие сведения распространены, вправе обратиться в суд с заявлением о признании распространенных сведений не соответствующими действительности.

<sup>2</sup> О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации : федер. закон Рос. Федерации от 2 июля 2013 г. № 142 – ФЗ // Собр. Законодательства Рос. Федерации. 2013. № 27. Ст. 3434.

В.В. Килинкарров разделяет основные мнения на этот счет на следующие группы:

1. Теория законного интереса.

Л.А. Морозова понимает законный интерес, как социальное благо, с помощью которого возможно удовлетворять собственные потребности<sup>1</sup>. Более точно определение дает А.В. Малько, по его мнению, законный интерес – это простое юридическое дозволение, которое проявляется в желании лица пользоваться социальным благом и обращаться к компетентным органам за защитой в случаях необходимости<sup>2</sup>.

Отличие законного интереса от субъективного права проявляется в следующем. Природа законного интереса выражается в простой дозволенности, а субъективного права – в юридически гарантированной и обеспеченной встречными обязанностями возможности. То есть субъективное право, в отличие от законного интереса, всегда существует с корреспондирующей ему обязанностью<sup>3</sup>. В отношении законного интереса в литературе указывается, что «дозволить одному – не значит обязать другого»<sup>4</sup>. Кроме того, в содержание законного интереса включается только дозволенность пользоваться и дозволенность защищать социальное благо, которые носят характер стремлений, а в содержание субъективного права включается более широкий круг возможностей<sup>5</sup>.

Итак, согласно «теории законного интереса» законом субъективные права на деловую репутацию не предоставляются, а предоставляется только возможность защиты нематериального блага в необходимых случаях. До момента, когда деловой репутации потребует защита, действия обладателя в отношении нее описать как активные не представляется возможным, поэтому

---

<sup>1</sup> Морозова Л. А. Теория государства и права учебник /Л.А.Морозова. М.: НОРМА, 2016. С. 241.

<sup>2</sup> Малько А. В. Субъективное право и законный интерес // Правоведение. 1998. № 4. С. 64 – 65.

<sup>3</sup> Кожевников В. В. Субъективное право и законный интерес: проблемы соотношения / В.В. Кожевников, А.Е. Кондратьев // Вестник Омского государственного ун - та. Право. 2014. № 4(41). С. 20 – 21.

<sup>4</sup> Малько А. В. Указ. соч. С. 64 – 65.

<sup>5</sup> Кожевников В. В. Указ. соч.С. 20 – 21.

они и не обеспечиваются встречными обязанностями<sup>1</sup>. Регулирование соответствующих отношений начинается только с момента посягательства на деловую репутацию<sup>2</sup>. Отмечается так же отсутствие соответствующего объекта правоотношения и юридических фактов<sup>3</sup>.

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

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

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

Отмечается, что законодатель юридическому лицу не предоставил права на активные действия в отношении собственной репутации, но охраняет деловую репутацию, устанавливая обязанность неопределенного круга лиц воздерживаться от посягательств на нее. Конкретные правоотношения, которые способны урегулировать нормы гражданского права возникают только с момента посягательства на деловую репутацию<sup>4</sup>.

Содержание правоспособности составляют имущественные и личные неимущественные права, которыми лицо может обладать в соответствии с законом (статья 18 ГК РФ). Следовательно, включаться в содержание

---

<sup>1</sup> Килинкар В. В. Указ. соч. С. 51.

<sup>2</sup> Чикишева Н. А. Честь, достоинство и деловая репутация: правовая защита // Власть и управление на Востоке России. 2016. № 1. С. 129.

<sup>3</sup> Килинкар В. В. Указ. соч. С. 51.

<sup>4</sup> Гусалова А. Р. Право на защиту чести достоинства и деловой репутации в системе субъективных гражданских прав / Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. 2015. № 21. С. 214 – 216.

правоспособности или являться ее элементом может не право на деловую репутацию, а только предусмотренная законом абстрактная возможность являться субъектом обладателем такого права<sup>1</sup>.

### 3. Теория субъективного права на деловую репутацию.

Субъективное право С.Н. Братусь определял, как конкретную возможность (меру поведения) в определенном правоотношении, которая обеспечивается законом<sup>2</sup>. А С.С. Алексеев как юридическую возможность действий для определенного лица<sup>3</sup>. По определению Т.Н. Радько субъективное право есть вид и мера возможного поведения, требования и притязания одной стороны правоотношения к другой<sup>4</sup>.

Субъективное гражданское право представляет собой меру дозволенного поведения субъекта гражданского правоотношения, содержанием которого являются правомочие требования, правомочие на собственные действия и правомочие на защиту<sup>5</sup>.

Субъективное право юридического лица на деловую репутацию Л.В. Морозов, например, понимает, как гарантированную законом меру поведения и меру обладания благом (деловой репутацией)<sup>6</sup>. А Л.Б. Ситдикова как возможность иметь оценку качества своей деятельности, которая может быть защищена от действий, ведущих к снижению этой оценки по сравнению с действительной<sup>7</sup>.

Итак, авторы, придерживающиеся рассматриваемой теории, утверждают, что у субъективного права на деловую репутацию имеется собственный объект – это воздержание от посягательства на деловую репутацию или сама деловая репутация<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> Килинкар В. В. Указ. соч. С. 157.

<sup>2</sup> Братусь С. Н. Субъекты гражданского права / С. Н. Братусь М.: Госюриздат, 1950. С. 13.

<sup>3</sup> Алексеев С. С. Общая теория права / С. С. Алексеев. 2-е изд. М.: Проспект, 2008. С. 397.

<sup>4</sup> Радько Т. Н. Теория государства и права. Учебник для бакалавров / Т. Н. Радько. М.: Проспект, 2014. С. 213.

<sup>5</sup> Суханов Е. А. Указ. соч. С. 121.

<sup>6</sup> Морозов Л. В. Право юридического лица на деловую репутацию / Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 61. С. 119 – 120.

<sup>7</sup> Ситдикова Л. Б. Личные неимущественные права юридического лиц // Юридический мир. 2015. № 7 С. 30.

<sup>8</sup> Килинкар В. В. Указ. соч. С. 52.

Насчет юридических фактов, с которыми закон связывает возникновения права на деловую репутацию единой позиции нет. Одни авторы утверждают, что право возникает с момента государственной регистрации юридического лица, то есть его создания<sup>1</sup>, другие считают, что с момента начала осуществления им своей деятельности<sup>2</sup>.

Более того отмечается, что у юридического лица помимо возможности защиты деловой репутации, есть возможность осуществлять в отношении нее активные действия и возможность требовать от третьих лиц воздерживаться от посягательств на его деловую репутацию<sup>3</sup>.

Считается, что для признания субъективного права сама возможность лица осуществлять активные действия в отношении своего блага должна быть предусмотрена законом. Однако нужно иметь в виду, что таких возможностей может быть множество, поэтому каждую из них законодатель не закрепляет. Его задача обеспечить их в целом, либо предоставить свободу в осуществлении действий и ее пределы. Следовательно, о наличии субъективного права возможно утверждать и тогда, когда законодатель не закрепляет каждое возможное действие, но их можно «выявить из общих установлений правовой системы»<sup>4</sup>.

Так, несмотря на то, что законом прямо урегулированы только отношения по защите деловой репутации<sup>5</sup>, из анализа законодательства можно сделать вывод, что организация наделяется и другими правами в отношении деловой репутации, в частности правом формировать и поддерживать положительную деловую репутацию для извлечения собственной выгоды (например, безупречная деловая репутация придает товару юридического лица более

---

<sup>1</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 67 – 68. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Тимерханов А.А. Указ. соч. С. 107 – 108.

<sup>3</sup> Килинкарров В. В. Указ. соч. С. 52.

<sup>4</sup> Килинкарров В. В. Указ. соч. С. 115 – 116.

<sup>5</sup> Огрохина А. Е. Право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации // Наука и общество в современных условиях. 2015. № 1 (3).С. 130.

высокую ценность), в случаях необходимости оценивать ее, учитывать и предоставлять по договору право на ее использование другим лицам.

То есть существование права на деловую репутацию не зависит от того совершено ли посягательство на нематериальное благо, с посягательством возникает лишь еще одно право<sup>1</sup>: право на защиту деловой репутации.

А.Л. Анисимов делает вывод о наличии субъективного права на деловую репутацию из анализа статьи 152 ГК РФ. Данная статья позволяет применять к нарушителю меры ответственности, но для этого нужно, чтобы еще до посягательства на деловую репутацию существовало охраняемое субъективное право у одного лица и обязанность не посягать на него у других. Отсюда следует, что юридическое лицо обладает правом требования к неопределенному кругу лиц воздерживаться от умаления его репутации, при этом такое право имеет первоочередное и наиболее существенное значение для юридического лица<sup>2</sup>.

Проанализировав указанные выше позиции, я прихожу к выводу, что право юридического лица на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право. Оно существует объективно и нуждается в защите, когда и постольку, тогда и поскольку осуществляется посягательство на нее<sup>3</sup>, а государство обязано обеспечивать надлежащую реализацию и защиту<sup>4</sup>.

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

В содержание субъективного права на деловую репутацию включается:

---

<sup>1</sup> Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов. М. : НОРМА, 2004. С. 32.

<sup>2</sup> Анисимов А. Л. Указ. соч. С. 31 – 32

<sup>3</sup> Поликарпов М.В. Некоторые пробелы гражданского законодательства, регулирующего охрану чести, достоинства и деловой репутации // Современное право. 2015. № 11. С. 41 – 42.

<sup>4</sup> Архиереев Н. В. Развитие законодательства Российской Федерации о защите деловой репутации юридических лиц // Юрист. 2015. № 15. С. 17.

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

В процессе осуществления своей деятельности юридическое лицо формирует и поддерживает собственную деловую репутацию. Его действия могут быть прямо направлены на ее формирование (например, действия по распространению информации о себе<sup>1</sup>), так и прямо не направлены, но оказывающие влияние (например, действия направленные на повышение качества товаров, работ, услуг или условий труда работников). Юридическое лицо вправе пользоваться деловой репутацией в своем интересе для достижения целей ради которых оно создано (положительная деловая репутация будет влиять на желание контрагентов заключать договоры, потребителей приобретать товары и т.д.)<sup>2</sup>. Так, в необходимых случаях организация может оценивать деловую репутацию, учитывать и предоставлять по договору право на ее использование другим лицам.

2. Юридическое лицо вправе требовать от неопределенного круга лиц воздерживаться от нарушения субъективного права на деловую репутацию, то есть совершения таких действий, которые «могут негативно сказаться на его деловой репутации»<sup>3</sup>.

3. Юридическое лицо вправе защищать свое право во всех случаях умаления деловой репутации, то есть применять предусмотренные законом меры защиты с целью восстановления нарушенного права, а также пресечения действий, нарушающих его или создающих ему угрозу<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. 44 – 46. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Дьяченко Е. М. Указ. соч. С. 112, 120 – 121.

<sup>3</sup> Тимерханов А. А. Указ. соч. С. 82 – 83.

<sup>4</sup> Собко Т. С. Право юридического лица на гражданско–правовую защиту деловой репутации / Законность и правопорядок в современном обществе. 2011. № 3. С. 107 – 108.

Обладатель деловой репутации наделен всеми тремя правомочиями, составляющими содержание субъективного гражданского права<sup>1</sup>.

Изложенная точка зрения не единственная в литературе. Так, М.А. Рожкова включает в содержание субъективного права на деловую репутацию правомочия обладания, использования и распоряжения<sup>2</sup>, что не представляется верным в части выделения правомочия обладания и распоряжения. Как отмечает О.Ш. Аюпов выделение правомочия обладания не имеет в данном случае самостоятельного значения. Оно в большей степени применимо к вещному праву и выражается в физическом обладании вещью<sup>3</sup>. А также обладатель не может распоряжаться, то есть определять юридическую судьбу своей деловой репутации. Он не может ее уничтожить, отказаться от нее, более того, как уже отмечалось, деловая репутация не отчуждаема и не передаваема.

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

Некоторые ученые отмечают, что возникновение деловой репутации следует связывать с фактом начала осуществления организацией фактической деятельности<sup>4</sup>. Так как до этого момента она не может быть оценена со стороны других лиц. Деловая репутация требует «зарабатывания», она — неимущественный результат деятельности юридического лица<sup>5</sup>, то есть сама деятельность вызывает ту или иную оценку со стороны окружающих<sup>6</sup>.

Однако не понятно, что включает в себя фактическая деятельность и как определить начало ее осуществления (достаточно ли совершение одной сделки

---

<sup>1</sup> Сахапов Ю. З. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав и особенности ее гражданско-правовой защиты [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Ю. З. Сахапов. Казань, 2007. С. 87. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации»

<sup>2</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 56.

<sup>3</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 42 – 43. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>4</sup> Тимерханов А. А. Указ. соч. С. 97.

<sup>5</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 61.

<sup>6</sup> Эрдлевский А. М. Указ. соч. С. 156.

или необходима некая совокупность, включает ли фактическая деятельность разрешение внутрикорпоративных вопросов и т.п.)<sup>1</sup>. Отсюда не представляется возможным определить юридический факт, являющийся основанием возникновения деловой репутации, то есть отсутствует формальная определенность. Данное обстоятельство влечет ряд негативных последствий. Так, защищая деловую репутацию в суде придется прежде всего доказать, что деловая репутация у юридического лица возникла. Более того порочащие сведения могут быть распространены и в «период беззащитности» деловой репутации, то есть в отношении только созданного юридического лица, что окажет негативное влияние на дальнейшее формирование его деловой репутации.

В связи с вышеизложенным мнение авторов, утверждающих, что деловая репутация возникает с момента создания юридического лица, представляется наиболее верным. Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации. Данный момент точно определен во времени, следовательно, и момент возникновения деловой репутации в таком случае известен и нет необходимости это доказывать.

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

Следовательно, с момента создания организации создается его деловая репутация, на которую у нее возникает субъективное право<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 31. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Там же. С. 31 – 32.

Указанная позиция отражена в абзаце 16 пункта 2 Письма Федеральной антимонопольной службы России от 30 сент. 2011 г. № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе»<sup>1</sup> а также в судебной практике. Так, Девятый арбитражный апелляционный суд в Постановлении от 15 фев. 2007 г. указал, что деловая репутация юридического лица возникает с момента возникновения его самого, то есть с момента государственной регистрации<sup>2</sup>.

Таким образом, право юридического лица на деловую репутацию – это абсолютное субъективное право, которое возникает с момента создания юридического лица. В его содержание включаются: правомочие на активные действия в отношении своей деловой репутации, правомочие требовать от окружающих воздерживаться от посягательств на деловую репутацию и, в случае посягательства, правомочие на защиту. Его надлежащая реализация и защита гарантируется государством.

---

<sup>1</sup> О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе [Электронный ресурс] : письмо Федеральной антимонопольной службы Рос. Федерации от 30 сент. 2011 г. № АК/37027 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2011. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 3.11.2016).

<sup>2</sup> Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 15 фев. 2007 г. по делу № А40 – 46435/06 – 110 – 381 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2007. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.11.2016).

## 2 Гражданско–правовая защита деловой репутации юридического лица

### 2.1 Условия защиты деловой репутации юридического лица

Защита деловой репутации юридического лица – это законодательно закрепленные меры государственного принуждения, направленные на пресечение противоправных действий и устранение их неблагоприятных последствий<sup>1</sup>.

Из анализа пункта 1 и пункта 11 статьи 152 ГК РФ<sup>2</sup> можно сделать вывод, что основанием для возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица является совокупность следующих четырех условий:

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

Далее следует рассмотреть каждое из выделенных условий подробнее.

#### 1. Наличие факта распространения сведений.

Под распространением сведений следует понимать их сообщение одному, нескольким либо неопределенному третьих кругу лиц в устной или письменной форме. Например, опубликование в печати, демонстрацию, трансляцию по телевидению или радио, изложение в публичных выступлениях, размещение в сети «Интернет». Не является распространением сообщение сведений тому лицу, которого они касаются.

---

<sup>1</sup> Потякина С. В. Некоторые особенности судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] // SCI – ARTICLE.RU. Электрон. дан. [Б. м.], 2015. URL: <http://sci – article.ru>. (дата обращения: 27.02.2017).

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

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

Если не соответствующие действительности сведения сообщены только одному третьему лицу, и они остались известны лишь этому лицу, то есть не стали достоянием широкой гласности, все равно имеется основание ставить вопрос об их опровержении. Сообщивший эти сведения практически теряет возможность препятствовать их дальнейшему распространению<sup>1</sup>.

Сведения о юридическом лице, его деятельности и деловых качествах формируют положительную или отрицательную деловую репутацию организации. Такие сведения могут быть распространены как самим юридическим лицом через свои органы, так и сообщены третьими лицами. Распространенная информация может быть не только достоверной, но и ложной, может причинить вред деловой репутации организации, вызвать недоверие, скомпрометировать, очернить, опозорить<sup>2</sup>.

Как отмечает А.П. Сергеев в доктрине под сведениями понимается информация об определенном лице, его качествах, поступках, а также о реальных произошедших с ним событиях, к которой применимы критерии истинности и ложности, то есть фактологические суждения. Например, «утверждение о совершении лицом правонарушения»<sup>3</sup>. Выяснить соответствует ли действительности подобная информация, реально ли произошло определенное событие, или совершено ли этим лицом конкретное действие может быть затруднительно, однако возможно<sup>4</sup>.

От утверждений о фактах необходимо отличать оценочные суждения. Под оценочными суждениями понимается субъективное мнение третьего лица выражающее его отношение к определенному объекту в целом, либо к его отдельным признакам. Например, «умелый – неумелый», «профессиональный – непрофессиональный».

Правильное понимание данных категорий имеет важное значение. Мнение лица, то есть оценочное суждение не может нарушать право на

---

<sup>1</sup> Шишенина А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан // Адвокат. 2008. № 7. С. 106.

<sup>2</sup> Рожкова М. А. С. 40.

<sup>3</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 424.

<sup>4</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 46.

деловую репутацию. Так как мнение, в отличие от фактологических сведений, не представляется возможным оценить с точки зрения истинности и ложности, оно не констатирует факт реальной действительности, а только выражает внутреннее отношение к чему – либо<sup>1</sup>. С оценочными сведениями можно не соглашаться, спорить, отстаивать противоположную позицию, но опровергнуть их невозможно. Так, автор статьи, размещенной в одном из печатных изданий сравнил организацию с «прущим напролом носорогом». В такой ситуации и без опровержения очевидно, что организация носорогом не является<sup>2</sup>. Более того, Конституцией Российской Федерации каждому гарантирована свобода мысли и слова, что предполагает возможность свободно выражать свою точку зрения<sup>3</sup>.

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

Так, Арбитражный суд Ярославской области в одном из своих решений удовлетворил требования истца о признании распространенных о нем сведений порочащими не соответствующими действительности на основании того, что утверждение высказанное в эфире городского телеканала: «после первой проверки в мае суд наложил на организацию штраф в 155 тысяч рублей, однако руководство кафе проигнорировало требование фемиды...» является

---

<sup>1</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 422 – 424.

<sup>2</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. 46 – 47.

<sup>3</sup> Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием от 12 дек. 1993 г. : (с учетом поправок от 21 июля 2014 г. № 11 – ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2014. № 31. Ст. 4398.

<sup>4</sup> Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2016 г. // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2016. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

фактологическим суждением, которое может быть проверено на предмет его соответствия действительности. Однако ответчик соответствующих доказательств предоставить не смог<sup>1</sup>. А в одном из решений Арбитражного суда Еврейской автономной области суд отказал в удовлетворении требований истца о признании распространенных сведений порочащими его деловую репутацию. Суд признал, что фраза «Вопрос переселения граждан из ветхого жилья является актуальным не только для жителей поселка Известковый, но и для жителей других поселений района. Но, что касается Известкового, то, я считаю, эта проблема раздувается искусственно руководством компании–застройщика...» является оценочным суждением и не является предметом судебной защиты в порядке статьи 152 ГК РФ, на оценочный характер указывает словосочетание «я считаю», которая свидетельствует о высказывании субъективного мнения<sup>2</sup>.

На практике представляется сложным отграничить сведения о фактах от оценочного мнения. В связи с этим, в литературе рекомендуется провести несколько этапов проверки. Первый этап или «внешний» – информация, в которой присутствуют «слова–маркеры»: «я считаю», «я думаю» и т.д., считается мнением. Второй или «внутренний» – информация, которую возможно проверить по признаку «было – не было», «правда – ложь» считается утверждением о фактах<sup>3</sup>. Однако, как верно утверждает М.В. Свинцова, этим проверка не может быть ограничена, так как существенную роль играет контекст распространённой информации<sup>4</sup>. Так, в одном из дел Европейский суд по правам человека пришел к выводу, что фраза «абсолютно недееспособный»

---

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

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

<sup>3</sup> Гаврилов Е. В. Гражданско–правовая диффамация как гражданско–правовое нарушение // Налоги. 2010. № 29. С. 28 – 29.

<sup>4</sup> Свинцова М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц // Судья. 2014. № 4. С. 32.

из контекста всей распространенной информации является оценочным суждением<sup>1</sup>.

В Арбитражном суде Уральского округа по кассационной жалобе акционерного общества было рассмотрено дело о признании не соответствующими действительности и порочащими его деловую репутацию сведений. Суд кассационной инстанции пришел к выводу о верной оценке судом апелляционной инстанции распространенных сведений. Так, фразы «Применялись, вероятно, коррупционные схемы при реализации объектов...»; «Неисполнение договора в установленный срок, скорее всего, вызвано действиями самих сетевиков, которые, предположительно, специально затягивали утверждение проекта, чтобы получить выгоду за счет штрафных санкций...», содержат оценочные суждения. О том, что высказано мнение свидетельствует то, что сведения изложены в форме прямой речи, в тексте используются вводные слова. А также данная информация в целом представлена как обращение к окружающим с целью привлечь внимание к актуальной проблеме и предполагает ее негативную оценку<sup>2</sup>.

## 2. Распространенные сведения имеют порочащий характер.

Порочащими являются любые сведения содержащие отрицательную информацию правового или морального характера.

Законодатель не дает ответ на вопрос, как распознать порочащие сведения, поэтому в каждом конкретном случае необходимо учитывать реальные обстоятельства дела, в том числе информацию о лице как распространившем сведения, так и пострадавшем<sup>3</sup>, руководствоваться

---

<sup>1</sup> Гринберг против Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Европейского суда по правам человека по делу от 23 июля 2005 г. № 23472/03 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2005. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

<sup>2</sup> Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 19 окт. 2016 г. по делу № А60 – 3660/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

<sup>3</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 423 – 425.

объективными критериями, принимать во внимание нормы законодательства, а не субъективную оценку сведений потерпевшим<sup>1</sup>.

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

Последствием распространения таких сведений является умаление деловой репутации и связанное с этим уменьшение коммерческих возможностей<sup>2</sup> (например, отказ от заключения договоров контрагентами, клиентами, потребителями и связанные с этим финансовые потери)<sup>3</sup>.

Так, общество с ограниченной ответственностью «Натали» обратилось в суд с иском к обществу с ограниченной ответственностью «Курс» о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений, содержащихся в статье, размещенной на сайте в сети «Интернет». А именно: «Магазин «Натали» понесет ответственность за паленую алкогольную продукцию». При рассмотрении дела суд установил, что вступившим в законную силу решением суда подтверждается факт торговли истцом поддельной алкогольной продукцией, а также исследовал прилагательное

---

<sup>1</sup> Карасик Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. 2013. №5. С. 128.

<sup>2</sup> Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. Владикавказ, 2012. С. 129. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>3</sup> Бычкова А. В. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации юридических лиц // Гуманитарные и юридические исследования. 2013. № 2. С. 19.

«паленый», которое в одном из значений понимается, как «поддельный, изготовленный нелегально», к просторечным или жаргонизмам данное слово не относится. Используемое прилагательное достоверно и точно выразило подтвержденные судебным решением обстоятельства<sup>1</sup>.

Необходимо отметить, что следует согласиться с распространенным в литературе мнением о том, что несмотря на то, что юридическое лицо самостоятельный субъект гражданского права, к порочащим юридическое лицо сведениям необходимо относить не только те, которые имеют отношение к самой организации, но и те, которые относятся к ее учредителям (участникам), органам управления, органам контроля и работникам<sup>2</sup>. Действительно, деятельность перечисленных лиц оказывает прямое влияние на мнение об организации, что учитывается судами при рассмотрении данной категории дел.

Так, в одном из своих постановлений Шестой арбитражный апелляционный суд отметил, что деловая репутация юридического лица включает в себя репутацию как самой организации, так и ее руководителей, работников. В связи с этим и посягательство на деловую репутацию юридического лица может быть осуществлено путем распространения порочащих сведений о его работниках. Так, в деле по иску акционерного общества по результатам назначенной судом лингвистической экспертизы установлено, что в оспариваемом тексте идет речь о работниках, руководстве АО, употребляются термины топ–менеджеры, управленцы, руководство и т.д. Несмотря на то, что конкретные люди не названы, их причастность к самой организации не вызывает сомнений. Суд пришел к выводу, что распространенные о них сведения относятся к организации в целом<sup>3</sup>.

Данное положение нашло отражение в пункте 12 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой

---

<sup>1</sup> Решение Арбитражного суда Липецкой области от 6 окт. 2016 г. по делу № А36 – 2638/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

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

<sup>3</sup> Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 28 янв. 2016 г. по делу № А73 – 14368/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

репутации от 16 марта 2016 г., в котором отмечено, что при разрешении вопроса о том, влияют ли порочащие учредителей (участников) организации сведения на ее деловую репутацию необходимо оценивать характер таких сведений. Если распространенные сведения умаляют деловую репутацию физического лица именного как руководителя (участника, работника) юридического лица, то они умаляют и деловую репутацию самого юридического лица, так как «единоличный исполнительный орган общества действует от имени общества в гражданском обороте и его репутация неизбежно ассоциируется с репутацией общества...».

В литературе отмечается, что защита деловой репутации юридического лица необходима и в случае распространения информации, которая не порочит деловую репутацию, но является недостоверной<sup>1</sup>. Данная точка зрения представляется верной. Действительно, распространение положительной, но ложной информации приведет к формированию не соответствующего действительности образа, к трудностям при осуществлении деятельности, а в последствии к конфликтам с клиентами или контрагентами. Законодатель принял во внимание данную точку зрения и со вступлением в силу ФЗ № 142-ФЗ от 1 окт. 2013 г. в статью 152 ГК РФ добавлен пункт 10, согласно которому лицо может защитить свою деловую репутацию в случае распространения любых не соответствующих действительности сведений, такому лицу необходимо будет доказать их ложность.

3. Распространенные порочащие сведения не соответствуют действительности.

В соответствии с пунктом 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 сведениями, не соответствующими действительности, признаются сведения о фактах, событиях, которых в реальности во время, к которому относится оспариваемая информация, не было. При этом «сведения, содержащиеся в решениях суда, иных процессуальных, официальных документах, для обжалования и оспаривания которых предусмотрен иной

---

<sup>1</sup> Тимерханов А. А. Указ. соч. С. 101 – 102.

установленный законом порядок, не могут относиться к не соответствующим действительности сведениям. В частности, не могут быть опровергнуты в порядке статьи 152 ГК РФ сведения, содержащиеся в приказе об увольнении, так как такой приказ может быть оспорен только в порядке, предусмотренном Трудовым Кодексом РФ».

Порочащими не соответствующими действительности сведениями не могут признаваться также сведения, которые извлечены из официальных источников, а затем распространены в СМИ<sup>1</sup>.

Следовательно, в случае распространения порочащих, но соответствующих действительности сведений юридическое лицо не может использовать способы защиты деловой репутации. Однако, некоторые авторы пишут о том, что и в случае распространения достоверной информации не исключены негативные последствия, если такие сведения распространены с целью нанести вред деловой репутации организации или с целью ограничения конкуренции<sup>2</sup>. В Конституции РФ закреплена свобода мысли и слова, но, если использование такой свободы происходит с целью нанести вред деловой репутации, ограничить конкуренцию, то это противоречит нормам ГК РФ. В соответствии со статьей 10 ГК РФ не допускается злоупотребление правом, запрещено совершение поступков с умыслом причинить вред другому лицу. В связи с чем в литературе предлагается закрепить в законе защиту деловой репутации также при недобросовестном распространении порочащих ее деловую репутацию сведений с намерением причинить вред, ограничить конкуренцию<sup>3</sup>.

Лицу, распространившему оспариваемую информацию необходимо доказать ее достоверность, в обратном случае оно понесет ответственность. Согласно пункту 7 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о

---

<sup>1</sup> Тяпухин С. В. О защите деловой репутации / Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. 2014. № 2. С. 56.

<sup>2</sup> Хван О. В. Нарушение права на деловую репутацию / Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство, право и управление. 2012. № 6 (25). С. 97 – 98.

<sup>3</sup> Переверзев А. С. Нарушение право юридического лица на деловую репутацию путем распространения сведений // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2015. № 11. С. 77 – 79.

защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г. распространившее сведения лицо освобождается от ответственности в случае установления соответствия действительности распространенных сведений. При этом отсутствует необходимость доказывания правдивости каждого отдельного слова или фразы во всем высказывании.

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

#### 4. Сведения распространены третьим лицом.

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

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

---

<sup>1</sup> Сергеев А. П. Указ. соч. С. 425.

## 2.2 Порядок защиты деловой репутации юридического лица

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

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

Согласно пункту 7 части 6 статьи 27 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (– далее АПК РФ) дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности относятся к специальной исключительной компетенции арбитражных судов. То есть арбитражные суды рассматривают указанные дела и в том случае, когда участниками правоотношений, из которых возник спор, являются организации, не являющиеся юридическими лицами и граждане, не наделенные статусом индивидуального предпринимателя<sup>1</sup>.

На что также обращается внимание в пункте 9 Постановление Пленума ВАС РФ от 9 дек. 2002 г. № 11 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации» суды при разрешении споров связанных с защитой деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности должны учитывать,

---

<sup>1</sup> Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 24 июля 2002 г. № 95 – ФЗ : (ред. от 01 янв. 2017 г.) // Собрание законодательства Рос. Федерации. 2002. № 30. Ст. 3012.

что такие споры разрешаются арбитражным судом и в том случае, когда к участию в деле привлечен «гражданин не наделенный статусом индивидуального предпринимателя, например, автор распространенной информации»<sup>1</sup>.

Не все авторы в литературе согласны с данным подходом законодателя. Есть мнение о том, что при рассмотрении дел о защите деловой репутации должны применяться общие правила разграничения подведомственности по характеру спорных правоотношений и по их субъектному составу<sup>2</sup>.

Исковые заявления по делам о защите деловой репутации вправе подать в суд лица, которые считают, что о них распространены не соответствующие действительности порочащие сведения<sup>3</sup>.

Ответчиками по данной категории дел являются граждане и организации, которые распространили порочащие не соответствующие действительности сведения о другом лице<sup>4</sup>. Порочащие сведения могут быть распространены через средства массовой информации. В таком случае ответчиками являются автор и редакция СМИ. В исковом заявлении в этом случае следует указывать двух соответчиков. Если же при этом имя автора не было обозначено, то надлежащим ответчиком является редакция. В качестве ответчика может быть привлечен учредитель редакции, но только в том случае, есть редакция юридическим лицом не является<sup>5</sup>.

В некоторых случаях редакция, главный редактор, журналист освобождаются от ответственности за распространение сведений, не

---

<sup>1</sup> О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 09 дек. 2002 г. № 11 (ред. от 17 нояб. 2015) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2015. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.12.2016).

<sup>2</sup> Потапенко С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите // Законодательство. 2014. № 12. С 45.

<sup>3</sup> О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2005. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.03.2017)

<sup>4</sup> Гражданское право : учебник в 3 т. / Н.Н. Агафонова [и др.] ; отв. ред. В. П. Мозолин. М. : Проспект, 2012. Т. 1. С. 298.

<sup>5</sup> Жарков М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке // Советник юриста. 2011. № 7 С. 74 – 76.

соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию организации. Такие случаи перечислены в статье 57 Закона РФ «О средствах массовой информации». Например, в случае если такие сведения присутствуют в обязательных сообщениях, в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, органов общественных объединений; получены от информационных агентств; являются точным воспроизведением сведений, распространенных другим СМИ, которое может быть привлечено к ответственности<sup>1</sup>. Возможна ситуация, когда СМИ размещая сведения допустило некую неточности в цитировании, например, опечатку, но при этом смысл остался прежним, тогда оно также освобождается от ответственности<sup>2</sup>.

Работник, распространивший порочащие не соответствующие действительности сведения, исполняя свои служебные обязанности от имени работодателя, освобождается от ответственности, которая возлагается на самого работодателя<sup>3</sup>.

В случае распространения порочащих сведений в сети «Интернет» возникают сложности с установлением надлежащего ответчика. Для решения данного вопроса А.В. Жданов предлагает рассмотреть схему отношений в сети «Интернет». Так, привлечь к ответственности за распространения сведений регистратора и провайдеров нельзя. Функция регистратора ограничивается внесением имени в реестр и выдачей наименования при создании сайта, а провайдеры обеспечивают доступ к средствам для хранения данных, необходимых для размещения информации. Они только создают возможность для осуществления действий в сети «Интернет». Ответственным лицом может признаваться лишь сам владелец сайта<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> О средствах массовой информации : закон Рос. Федерации от 27 дек. 1991 г. № 2124 – 1 : (ред. от 03 июля 2016 г.; с изм. и доп. от 15 июля 2016 г.) // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. 1992. № 7. Ст. 300.

<sup>2</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 89 – 91. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>3</sup> Кархалев Д. Н. Защита неимущественных прав // Юрист. 2013. № 15. С. 40.

<sup>4</sup> Жданов А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. 2011. Вып. 11. С. 128 – 129.

Суды при рассмотрении данной категории дел разрешая вопрос о привлечении к ответственности администратора сайта учитывают степень его вовлечения в процесс передачи, обработки, хранения информации, возможность изменять ее содержание и контролировать. В случае если администратор сайта не оказывает влияния на целостность информации, не определяет передачу, не выбирает получателя он не может быть привлечен к ответственности. Но это не освобождает от обязанности владельца сайта или уполномоченного им лица, размещающего информацию на данном сайте, удалить сведения, признанные судом порочащими и не соответствующими действительности по заявлению потерпевшего. Что представляет собой законный способ защиты нарушенного права. Потерпевший вправе предъявить требование об удалении информации непосредственно владельцу сайта, а в случае его отказа – обжаловать в суд. Нужно иметь в виду, что администратор сайта не всегда обладает возможностями самостоятельно установить достоверность размещенной третьим лицом информации. В связи с этим не во всех случаях на него может быть возложена ответственность за такой отказ (пункт 16 Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г.).

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

---

<sup>1</sup> Соколова О. В. В защиту деловой репутации // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». 2016. № 12. С. 13.

реорганизации юридического лица, так как к такому лицу переходят активы реорганизованного, а информация о реорганизации является доступной третьим лицам, содержится в его учредительном документе.

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

Согласно пункту 4 Постановление Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3 в законе не предусмотрено обязательное досудебное урегулирование спора, то есть потерпевшему не обязательно до подачи иска в суд, обращаться с требованием к лицу, распространившему сведения. Если же потерпевший к такому лицу предварительно обратился, у него появляется право обжаловать в судебном порядке отказ в опровержении либо нарушение установленного законом порядка опровержения. Как отмечает В.М. Лебедев современная российская модель защиты деловой репутации предоставляет юридическому лицу возможность самостоятельно определять необходимость защиты нарушенного права<sup>1</sup>.

Законодатель в ГК РФ закрепил презумпцию несоответствия действительности распространенных сведений, следовательно, оспариваемые сведения признаются ложными пока не доказано обратное. Обязанность

---

<sup>1</sup>Лебедев В. М. Современная российская модель правосудия // Российское правосудие. Специальный выпуск к VIII Всероссийскому съезду судей. М.: РАП, 2012. – С. 4 – 5.

доказывания их достоверности возлагается на ответчика. Истец лишь должен доказать факт распространения сведений и их порочащий характер.

Суду необходимо проанализировать оспариваемую информацию, чтобы установить действительно ли в ней содержатся сведения умаляющие деловую репутацию истца. Если суд пришел к выводу, что такие сведения присутствуют, то необходимо устанавливать достоверны они или ложны, так как распространение порочащих сведений допустимо только при их соответствии действительности<sup>1</sup>. Для верного понимания текста, его характера суд может обратиться к помощи лица, обладающего специальными знаниями для проведения лингвистической экспертизы<sup>2</sup>.

Перед экспертом может быть поставлен ряд вопросов. Например, относятся ли распространенные сведения к конкретному лицу; какова форма выражения сведений: оценочное суждение или утверждение о фактах; содержатся ли в тексте оскорбительные слова и выражения или сведения о нарушениях правил делового оборота или деловой этики. Не следует ставить перед экспертом вопрос о том являются ли сведения порочащими деловую репутацию лица<sup>3</sup>. Дав ответ на данный вопрос, он выйдет за пределы своей компетенции, так как на разрешение экспертом не могут быть поставлены вопросы права и правовых последствий оценки доказательств<sup>4</sup>.

По общему правилу на требования о защите деловой репутации срок исковой давности не распространяется, как и на требования о защите иных нематериальных благ, что закреплено в статье 208 ГК РФ. Однако, данное правило может быть ограничено законом. Так, в соответствии со статьей 45 Закона РФ «О средствах массовой информации» в течение одного года со дня распространения порочащих сведений лицо может обжаловать отказ в

---

<sup>1</sup> Рожкова М. А. Указ. соч. С. 42 – 43.

<sup>2</sup> Свинцова М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц // Судья. 2014. № 4. С. 31.

<sup>3</sup> Грасмик Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц // Административное право. 2015. № 1. С. 12.

<sup>4</sup> О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 04 апр. 2014 г. № 23 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2014. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.12.2016).

опровержении сведений либо нарушение установленного порядка их опровержения. Срок исковой давности также установлен по требованиям, предъявляемым в связи с распространением любых не соответствующих действительности сведений в средствах массовой информации. Так, согласно пункту 10 статьи 152 ГК РФ такой срок также составляет один год со дня опубликования сведений в соответствующем СМИ.

При разрешении споров о защите деловой репутации перед судом стоит важная задача обеспечения равновесия, в котором с одной стороны находится право юридических лиц на защиту деловой репутации, а с другой – иные конституционные права и свободы граждан: свобода мысли, слова; право свободно искать, приобретать, передавать и распространять информацию любым законным способом; право на обращение в органы государственной власти и местного самоуправления<sup>1</sup>. Свобода слова и массовой информации носит основополагающий характер в демократическом государстве, это способ получения сведений органами власти и обществом, самореализации личности, предотвращения и разрешения противоречий в обществе<sup>2</sup>. Право на защиту такого нематериального блага, как деловая репутация от распространённых, не соответствующих действительности порочащих сведений можно признать необходимым ограничением свободы слова и массовой информации<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Тимешов Р. П. Нематериальные блага в гражданском праве и их защита [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Р. П. Тимешов. Краснодар, 2010. С. 105. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>2</sup> Колосова В.И. Указ. соч. С. 262 – 263.

<sup>3</sup> Жарков М. А. Указ. соч. С. 76 – 78.

### 3 Способы защиты деловой репутации юридического лица

#### 3.1 Опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица

Способы защиты гражданских прав – это средства, предусмотренные законом, с помощью которых достижимы предотвращение, пресечение, устранение выявленных нарушений прав, а также восстановление прав и (или) компенсация потерь, образовавшихся вследствие нарушения<sup>1</sup>. Согласно пункту 2 статьи 150 ГК РФ «нематериальные блага защищаются в соответствии с ГК РФ и другими законами в случаях и в порядке, ими предусмотренных, а также в тех случаях и пределах, в каких использование способов защиты гражданских прав (статья 12 ГК РФ) вытекает из существа нарушенного нематериального блага или личного неимущественного права и характера последствий этого нарушения».

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

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

Среди способов защиты деловой репутации первым указано опровержение.

---

<sup>1</sup> Договорное право. Книга первая: Общие положения. / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. 3-е изд., стер., М.: Статут, 2009. С. 781.

В литературе отмечается, что данный способ защиты самый известный и чаще всего применяемый<sup>1</sup>.

Опровержение не соответствующих действительности порочащих юридическое лицо сведений является специальным способом защиты деловой репутации и частным проявлением общего способа защиты гражданских прав, закрепленного в статье 12 ГК РФ – восстановление положения, существовавшего до нарушения права<sup>2</sup>. Данный способ защиты направлен на восстановление деловой репутации, существовавшей до посягательства, вследствие которого произошло ее умаление. Это отмечается и судами при принятии решений по искам о защите деловой репутации. Так, Девятый арбитражный апелляционный суд в одном из своих постановлений указал, что удовлетворение требования истца об опровержении распространенных о нем порочащих сведений должно приводить к восстановлению нарушенного права<sup>3</sup>. То есть опровержение связано с воздействием на общество в целях реабилитации пострадавшего лица<sup>4</sup>.

Суть опровержения, как способа защиты состоит в том, что при доказанности факта распространения не соответствующих действительности порочащих сведений, у лица, их распространившего, возникает обязанность их опровергнуть тем же способом, каким такое лицо их распространило<sup>5</sup>.

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

---

<sup>1</sup> Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско–правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015. С. 495 – 496.

<sup>2</sup> Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2012. № 9. С. 47 – 48.

<sup>3</sup> Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 1 авг. 2016 г. по делу № А40–34952/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 31.01.2017).

<sup>4</sup> Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2012. № 9. С. 47 – 48.

<sup>5</sup> Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие / М. А. Рожкова [и др.] ; под ред. М. А. Рожковой. Статут. 2015. С. 77 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2015. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 5.12.2016).

Кратким и четким представляется понятие опровержения, которое дает в своей работе Д.Н. Кархалев. Так, опровержение есть сообщение о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений<sup>1</sup>. При этом необходимо иметь в виду, что опровергать возможно только информацию, которая относится к деловой репутации лица. Например, предметом опровержения не может быть информация о количестве участников организации, присутствующих на общем собрании<sup>2</sup>.

Е.В. Гаврилов считает указанное выше определение не полным и предлагает собственное. Так, по его мнению, опровержение – способ защиты чести, достоинства и деловой репутации, осуществляемый добровольно или принудительно за счет усилий лица, несущего ответственность за умаление права на честь, достоинство или деловую репутацию и представляющий собой подтверждение факта распространения не соответствующих действительности порочащих определенное лицо сведений<sup>3</sup>.

А.В. Петривнева обращает внимание на то, что термин «опровержение» можно рассматривать в широком и в узком смысле. В широком смысле, как действие, а в узком, как сам опубликованный текст, в котором опровергается не соответствующая действительности порочащая информация<sup>4</sup>. Действительно, и сам текст, информирующий о том, что ранее были распространены ложные сведения, носит название «опровержение», и способ защиты, как действие по признанию лицом, распространившим информацию, факта о том, что она действительности не соответствует, также именуется «опровержение». То есть «опровержение» можно понимать в двух смыслах.

---

<sup>1</sup> Кархалев Д. Н. Защита неимущественных прав // Юрист. 2013. № 15. С. 39 – 40.

<sup>2</sup> Гусалова А. Р. Способы защиты нематериальных благ // Фундаментальные прикладные исследования проблемы и результаты. 2015. № 21. С. 219.

<sup>3</sup> Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2012. № 9. С. 50.

<sup>4</sup> Петривнева А. В. Гражданско–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации // Вестник Евразийской академии административных наук. 2012. № 1. С. 99.

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

Однако в литературе существует мнение о том, что отзыв или замена документа является самостоятельным способом защиты деловой репутации<sup>2</sup>. В связи с этим необходимо рассмотреть порядок его реализации. Так, отзыв документа реализуется с помощью направления сообщения лицам, которым он был адресован, либо неопределенному кругу лиц (публичное сообщение) о его недействительности. А замена – с помощью направления нового документа<sup>3</sup>. В данном случае отсутствует характерное для опровержения сообщение о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений. Но можно предположить, что оно подразумевается, так как и замена и отзыв документа предполагают его недействительность, следовательно, и недействительность содержащихся в нем сведений. Более того согласно пункту 3 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда РФ от 23 сент. 1999 г. № 46 «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации» в случае, когда суд вынес решение об отзыве документа, содержащего не соответствующие действительности порочащие деловую репутацию сведения, такой отзыв может быть реализован путем направления автором документа сообщения с опровержением ранее распространенных сведений<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Жарков М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке // Советник юриста. 2011. №7. С.78 – 79, Переверзев А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2015. № 10. С. 74.

<sup>2</sup> Ульянова О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц // Международный научно – исследовательский журнал. 2015. № 10 – 1 (41) С. 104.

<sup>3</sup> Селина А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения // Интеллектуальный потенциал XXI века. 2016. С. 113 – 115.

<sup>4</sup> Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации [Электронный ресурс] : информационное письмо Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 23 сент.

Порядок реализации опровержения сведений, распространенных в СМИ раскрывается в Законе РФ «О средствах массовой информации» (– далее Закон РФ «О СМИ»). Согласно статье 43 лицо имеет возможность предъявить требование к редакции СМИ, в котором были распространены не соответствующие действительности и порочащие его сведения, об опровержении таких сведений. Редакция обязана разместить опровержение в том же СМИ, в случае если у нее отсутствуют доказательства достоверности оспариваемых сведений. При этом распространению подлежит предоставленный лицом, которое предъявило требование, текст при наличии такового. По требованию лица редакция радио–, телепрограммы вправе предоставить возможность самостоятельно зачитать текст, а после передать его в запись<sup>1</sup>. Редакция СМИ не должна вносить исправления, уточнения, комментарии в текст опровержения, предложенный опроверженным лицом<sup>2</sup>.

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

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

---

1999 г. № 46 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 1999. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 20.02.2017).

<sup>1</sup> О средствах массовой информации : закон Рос. Федерации от 27 дек. 1991 г. № 2124 – 1 : (ред. от 03 июля 2016 г.; с изм. и доп. от 15 июля 2016 г.) // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. 1992. № 7. Ст. 300.

<sup>2</sup> Рожкова М.А. Указ. соч. С. 79.

Если опровержение размещается в СМИ, которое выходит один или несколько раз в неделю, оно должно быть размещено в течение десяти дней со дня получения требования, в остальных случаях – в ближайшем выпуске. Опровержение может быть размещено и в другом СМИ, но только в случае, когда на время рассмотрения иска об опровержении сведений прекращен выпуск того СМИ, в котором они были первоначально распространены<sup>1</sup>.

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

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

Внесудебный способ защиты путем обращения с требованием к редакции СМИ обеспечит быстрое восстановление нарушенного права<sup>2</sup>.

При рассмотрении требования об опровержении сведений в судебном порядке, согласно пункту 17 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февр. 2005 г. № 3, если суд пришел к выводу об удовлетворении искового заявления, в

---

<sup>1</sup> О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрондан. М., 2005. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.03.2017).

<sup>2</sup> Михалеви́ч Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. 2013. № 4 (196). С. 57.

резолютивной части судебного решения устанавливается способ и срок опровержения. А также, в случаях необходимости, закрепляется и сам его текст с указанием на ложные сведения и их распространителя. Опровержение может быть распространено в СМИ не только путем размещения собственно текста, но и в виде сообщения о принятом решении суда с размещением текста соответствующего решения. Что представляет собой еще одну форму реализации опровержения.

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

- с опровержением могут ознакомиться не все лица, среди которых были распространены ложные сведения;

- опровержение может не переубедить общество о сложившемся мнении об опороченном лице;

- опровержение не принесет дополнительные возможности пострадавшему лицу воздействовать на общество в целях реабилитации своей деловой репутации<sup>1</sup>;

- в случае рассмотрения дела о защите деловой репутации в судебном порядке и удовлетворения иска, опровержение будет дано по истечении длительного периода времени и может утратить свою актуальность<sup>2</sup>.

Вышесказанное не свидетельствует о том, что от опровержения необходимо отказаться. Однако следует отметить, что эффективным будет опровержение, основанное на судебном решении, а его текст должен быть опубликован в известном СМИ, уровень которого должен зависеть от масштаба

---

<sup>1</sup> Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2012. № 9. С. 50 – 51.

<sup>2</sup> Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. 2013. № 4 (196). С. 54 – 55.

распространения сведений (уровень муниципального образования, субъекта Российской Федерации, Российской Федерации)<sup>1</sup>.

Возникает вопрос о природе принесения извинения как способа защиты деловой репутации. Следует согласиться с мнением Е.В. Гаврилова, который считает, что принесение извинений – это самостоятельный способ защиты деловой репутации несмотря на то, что оно в качестве такового не предусмотрено в законодательстве. Опровержение и принесение извинений существенным образом отличаются. Принесение извинений направлено только в отношении опороченного лица, а опровержение направлено неопределенному кругу лиц для реабилитации лица перед ними<sup>2</sup>.

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

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

---

<sup>1</sup> Селина А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан // Проблемы теории и практики современной науки. 2016. С. 159 – 161.

<sup>2</sup> Гаврилов Е. В. Принесение извинений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2012. № 7. С. 18 – 19.

порочающими его деловую репутацию сведений. Суд утвердил предоставленное мировое соглашение, в соответствии с которым ответчик обязуется принести публичные извинения путем публикации на сайте в сети «Интернет» опровержения распространенных сведений, содержащего указание на то, что ответчик приносит истцу, его участникам, руководителям, работникам, контрагентам извинения за распространение о нем порочащей и ложной информации<sup>1</sup>.

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

### 3.2 Право на ответ

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

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

- оспариваемые сведения распространены в СМИ;
- ответ может быть размещен только в СМИ<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Определение Арбитражного суда Свердловской области от 19 апреля 2013 г. по делу № А60–52109/2012 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

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

<sup>3</sup> Гаврилов Е. В. Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2013. № 12. С. 29 – 30.

А.М. Эрделевский отмечает, что формулировка правила, закрепленного в пункте 2 статьи 152 ГК РФ, не совсем удачна. Действительно, проанализировав его можно предположить, что использование такого способа защиты возможно только совместно с предъявлением требования об опровержении. Но если обратиться к пункту 9 этой же статьи, то можно заметить, что данные способы защиты уже указаны через союз «или», что допускает их индивидуальное использование<sup>1</sup>. Что подтверждается в судебной практике. Так, Арбитражным судом Кемеровской области было удовлетворено самостоятельное требование общества с ограниченной ответственностью к государственному предприятию «Редакция газеты «Кузбасс», об обязанности ответчика опубликовать в газете официальный ответ на размещенные в ней сведения о том, что истец осуществляет противоправную деятельность<sup>2</sup>. А Второй арбитражный апелляционный суд в одном из своих постановлений прямо указал, что право на ответ может использоваться независимо от права на опровержение<sup>3</sup>.

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

Возникает вопрос почему в Законе РФ «О СМИ» указывается, как одно из оснований использования права на ответ, распространение сведений, ущемляющих права и законные интересы именно гражданина. Почему данное правило не распространяется на юридических лиц? Ущемление прав и

---

<sup>1</sup> Эрделевский А.М. Об изменениях в способах защиты личных неимущественных благ // Хозяйство и право. 2013. № 11. С. 26 – 27.

<sup>2</sup> Решение Арбитражного суда Кемеровской области от 6 апр. 2015 г. по делу № А27–474/2015 [Электронный ресурс] // URL: Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

<sup>3</sup> Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 10 нояб. 2016 г. по делу № А31–2693/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

законных интересов путем распространения сведений возможно и в отношении организации. Не понятно с чем связано такое отграничение.

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

Помимо оснований применения рассматриваемого способа защиты указанных в законе в пункте 24 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»» указано еще одно, а именно распространение в СМИ сведений, в которых информация передана односторонне, неполно, что искажает ее надлежащее восприятие, тем самым нарушая права и законные интересы лиц, в отношении которых данные сведения распространены<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> О практике применения судами Закона Рос. Федерации «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 (ред. от 09 февр. 2012) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2012. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

Таким образом, только с помощью использования права на ответ потерпевшее лицо может защитить свою деловую репутацию в случаях, когда в отношении него распространены оценочные сведения, за которые распространивший не несет ответственность, или не представляется возможным доказать порочащий характер распространенной информации<sup>1</sup>.

Итак, выделен широкий круг оснований возможности применения права на ответ. Тем не менее безусловного характера оно не носит<sup>2</sup>.

Так, Конституционный Суд РФ в определении от 1 марта 2010 г. № 323–О–О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» указал, что право на ответ это способ защиты прав и законных интересов, а не личная привилегия и не абсолютное право лица, которое возможно использовать без оснований, условий и требований. При этом Конституционный Суд подчеркнул, что право на ответ согласно Закону РФ «О средствах массовой информации» возникает только тогда, когда в СМИ распространенные ложные сведения (независимо от того, имеют ли они порочащий характер) или распространены ущемляющие права и законные интересы лица сведения, хотя и достоверные. Для подтверждения сделанного вывода Конституционный Суд ссылается в том числе на Резолюцию Комитета министров Совета Европы от 2 июля 1974 г. (74) 26 «О праве на ответ – положение лица по отношению к прессе», согласно которой право на ответ дает лицу возможность откорректировать, исправить распространенные о нем неточные сведения,

---

<sup>1</sup> Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. 2013. № 4 (196). С. 56.

<sup>2</sup> Поваров Ю. С. Право на опубликование ответа в средстве массовой информации (в аспекте соотношения с правом на опровержение сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию) // Цивилист. 2012. № 2. С. 50.

сведения, затрагивающие его репутацию, а также является средством передачи информации окружающим<sup>1</sup>.

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

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

2. Ответ публикуется от имени лица в отношении которого были распространены оспариваемые сведения, а опровержение – от имени редакции СМИ<sup>2</sup>.

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

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

5. В опровержении указываются те сведения, которые признаны ложными, ответ же может быть шире, а может и вообще не ставить перед собой

---

<sup>1</sup> Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда Рос. Федерации от 01 марта 2010 г. № 323 – О – О // Официальный интернет–портал правовой информации. Электрон. дан. [Б. м.], 2005–2017. URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 18.02.2017).

<sup>2</sup> Гаврилов Е.В. Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2013. № 12. С. 29 – 30.

<sup>3</sup> Колесникова М. М. Способы опровержения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. / М. М. Колесникова, А. В. Потапов // Вестник Санкт–Петербургской юридической академии. 2016. № 1 (30). С. 73.

цель указать такие сведения. Автор ответа может только описать свое мнение, отношение к сложившейся ситуации<sup>1</sup>.

Цель использования такого способа защиты – устранить искажения надлежащей информации о лице<sup>2</sup> и изложить потерпевшим свое мнение. Данный способ защиты направлен на восстановление нарушенного права.

Необходимо помнить, что в современных условиях общество моментально реагирует на любую ставшую известной информацию о каком-либо лице. В связи с этим ответ должен быть конструктивный, понятный и точный, изложен таким образом, чтобы у окружающих могло сложиться надлежащее мнение о юридическом лице<sup>3</sup>.

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

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

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

---

<sup>1</sup> Аюпов О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического // Вестник Омского ун-та. Право. 2011. № 3. С. 89 – 91.

<sup>2</sup> Колесникова М. М. Указ. соч. С. 73.

<sup>3</sup> Там же. С. 73.

уничтожения экземпляров материальных носителей без компенсации. Такой способ защиты, согласно статье 152 ГК РФ, применяется в случаях, когда порочащие деловую репутацию сведения приобрели широкую известность и при этом опровержение довести до всеобщего сведения не представляется возможным. Удаление соответствующей информации осуществляется по судебному решению<sup>1</sup>.

То есть применения рассматриваемого способа защиты возможно в том случае, когда опровержение в полной мере не защитит деловую репутацию юридического лица. В литературе на основании этого делается вывод о том, что опровержение и удаление соответствующей информации взаимоисключающие друг друга способы защиты<sup>2</sup>.

В законодательстве не дается ответа на вопрос что значит широкое распространение сведений. Данная категория является оценочной. К критериям оценки можно отнести критерии предложенные О.Ш. Аюповым – охват ознакомившейся аудитории, территория, период времени и способ распространения, а также объем экземпляров материальных носителей, содержащих такие сведения<sup>3</sup>.

Данный способ защиты является наиболее эффективным. После опровержения первоначальная информация, содержащая порочащие сведения, остается доступной для ознакомления, на ее основании у любого лица может сформироваться мнение об организации<sup>4</sup>, что исключается, при удалении соответствующей информации.

Еще одним способом защиты деловой репутации юридического лица является удаление информации в сети «Интернет». Он применяется в случаях, когда информация, содержащая порочащие деловую репутацию сведения,

---

<sup>1</sup> Ульянова О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц // Международный научно – исследовательский журнал. 2015. № 10. 1 (41). С. 105.

<sup>2</sup> Мишина Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. 2015. С. 546.

<sup>3</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 124. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>4</sup> Балабин Д. Н. Новые правила ст. 152 ГК РФ: от опровержения до пресечения распространения порочащей информации // Вестник магистратуры. 2014. № 12 (39). С. 17.

после ее распространения стала доступной в сети «Интернет» (пункт 5 статьи 152 ГК РФ).

В настоящее время данный способ защиты приобретает особую актуальность. Сейчас практически каждый использует такой способ получения информации, как ее поиск в сети «Интернет»<sup>1</sup>. Информация, попадающая в сеть, распространяется моментально, что влечет за собой ряд опасностей. Одной из которых является угроза распространения ложных сведений, порочащих деловую репутацию определенного лица<sup>2</sup>.

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

- распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие деловую репутацию юридического лица;

- такие сведения оказались доступными в сети «Интернет». При этом возможно, как первоначальное распространение в сети, так и последующее. То есть сведения могли быть первоначально распространены любым способом (например, опубликованы в газете, журнале, транслированы по телевидению, радио), а уже после стали доступны в сети «Интернет»<sup>3</sup>.

Удаление информации в сети «Интернет» – это самостоятельный способ защиты деловой репутации юридического лица. Нельзя согласиться с точкой зрения о том, что данный способ защиты есть разновидность опровержения. Они имеют различную правовую природу. Опровержение направлено на восстановление положения, существовавшего до нарушения права, а удаление информации в сети «Интернет» – на пресечение действий, нарушающих право, создающих угрозу его нарушения<sup>4</sup>.

Сложностей в распространении любой информации в сети не возникает. При этом администраторы сайтов могут и не подозревать о том, что на их сайте

---

<sup>1</sup> Карасик Л. В. Указ. соч. С. 126 – 127.

<sup>2</sup> Жданов А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет // Российское право: трибуна молодого ученого. 2011. Вып. 11. С. 128 – 129.

<sup>3</sup> Гаврилов Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2014. № 2. С. 51 – 53.

<sup>4</sup> Там же. С. 51 – 53.

распространена ложная порочащая конкретное лицо информация. Например, сайт, предназначенный для ведения форума. Там может вестись обсуждение определенного юридического лица, не исключено и распространение сведений умаляющих его деловую репутацию. С такими сведениями может ознакомиться любой пользователь<sup>1</sup>.

Согласно Постановлению Конституционного Суда Российской Федерации от 9 июля 2013 г. № 18–П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова», если решением суда оспариваемые порочащие лицо сведения признаны не соответствующими действительности, а они были распространены на сайте в сети «Интернет», владелец сайта или уполномоченное им лицо, ответственное за размещение информации на данном сайте, обязаны такие сведения удалить по заявлению лица, в отношении которого они распространены. Конституционный Суд признал, что иное означало бы отказ в защите деловой репутации. Размещение опровержения, но при этом оставление сведений в сети, безусловно уменьшает результативность защиты деловой репутации. Возложение указанной обязанности является способом защиты права, а не мерой ответственности за виновное правонарушение. При отказе владельца сайта или уполномоченного им лица удалить соответствующую информацию, потерпевший имеет право обратиться в суд, который может возложить на указанных лиц обязанность исполнить требование потерпевшего. При этом ответственность за такой отказ может быть возложена только после признания судом сведений порочащими и не соответствующими действительности. Потерпевший может не обращаться к владельцу сайта, а сразу подать иск в суд с требованием об удалении информации<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Войнов В. Особенности защиты деловой репутации юридического лица в сети «Интернет» // Статус. 2012. № 1 (9). С. 14 – 15.

<sup>2</sup> По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда Рос. Федерации от 9 июля 2013 г. № 18 – П // Официальный интернет–портал правовой информации. Электрон. дан. [Б. м.], 2005–2017. URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 20.02.2017).

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

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

Также О.Ш. Аюпов положительно оценивает закрепление в ГК РФ данного способа защиты. А также замечает, что необходимо понимать, в каком объеме должны быть удалены сведения, то есть необходимо ли удалять распространенную информацию полностью (всю страницу сайта) или достаточно удалить её часть, в которой содержатся порочащие несоответствующие действительности сведения (то есть конкретные слова, словосочетания, предложения). Ответ зависит от того, каким образом такие сведения отражаются во всем тексте. Если порочащими признаны определенные слова, предложения, то они и подлежат удалению. Если вся распространённая информация взаимосвязана и из нее можно сделать единый вывод, который будет ложным, то удаляется соответствующая информация в необходимых пределах, не нарушая свободу слова<sup>1</sup>.

Арбитражный суд Западно–Сибирского округа в одном из своих постановлений отметил, что у апелляционного суда не было оснований удовлетворять требование истца об удалении всего текста оспариваемой статьи

---

<sup>1</sup> Аюпов О. Ш. Удаление информации из сети интернет в диффамационных спорах // Правовые проблемы укрепления российской государственности. 2014. Ч. 60. С. 3 – 4.

с сайта в сети «Интернет», так как не соответствующими действительности и порочащими являются две фразы из всей оспариваемой статьи и судами не установлена техническая невозможность отдельного удаления таких фраз<sup>1</sup>. А в одном из решений Арбитражный суд Саратовской области пришел к выводу, что признанные ложными и порочащими сведения являются составляющей частью единого текста, слова и фразы в нем взаимосвязаны, и из него можно сделать один единый вывод. В связи с этим размещенная статья в целом подлежит удалению<sup>2</sup>.

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

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

Однако условия их применения отличаются. Удаления соответствующей информации применяется в случаях, когда порочащие юридическое лицо не соответствующие действительности сведения стали широко известны и их опровержение потеряло свою актуальность. А для применения удаления информации в сети «Интернет» распространенные сведения не обязательно должны получить широкую известность. Более того, чтобы использовать такой способ защиты деловой репутации, как удаление информации в сети «Интернет» такая информация обязательно должна оказаться после ее распространения доступной в сети, чего не требуется для удаления соответствующей информации<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 24 нояб. 2016 г. по делу № А75–10040/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 10.02.2017).

<sup>2</sup> Решение Арбитражного суда Саратовской области от 17 нояб. 2016 г. по делу № А57–3408/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 10.02.2017).

<sup>3</sup> Гаврилов Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. 2014. № 2. С. 53.

Оба рассмотренных в данном параграфе способа защиты согласуются со стремительным и широким распространением информации в современном мире, с развитием технологий и позволяют наиболее полно защитить деловую репутацию юридического лица.

### 3.4 Возмещение убытков, как способ защиты деловой репутации

Наряду с опровержением или опубликованием ответа лицо, в отношении которого распространены, порочащие его деловую репутацию сведения, может предъявить требование о возмещении убытков, причиненных распространением указанных сведений.

Согласно статье 12 ГК РФ возмещение убытков является одним из способов защиты гражданских прав, который направлен на восстановление нарушенного права или правового положения потерпевшего лица. Убытки включают в себя реальный ущерб и упущенную выгоду (статья 15 ГК РФ).

Под реальным ущербом понимаются те расходы, которые лицо, право которого нарушено, произвело или должно произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение имущества такого лица. То есть реальный ущерб включает в себя те расходы, которые уже понесло или же только понесет в будущем пострадавшее лицо для того, чтобы восстановить свое нарушенное право. А упущенная выгода – это неполученные доходы, которые лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право нарушено не было.

Возмещение убытков, как способ защиты есть форма возмещения имущественного вреда<sup>1</sup>. Имущественная сфера деятельности юридического лица объективирована, закреплена в документах, существует возможность ее исчисления, а ее элементы выражены в виде предметов материального мира. Повреждение, уничтожение, или иным образом лишение возможности

---

<sup>1</sup> Балабин Д. Н. Новые правила ст. 152 ГК РФ: от опровержения до пресечения распространения порочащей информации // Вестник магистратуры. 2014. № 12 (39). С. 17.

использовать свое имущество влечет отрицательные последствия для юридического лица в виде умаление имущественной сферы, которые необходимо ликвидировать. Так как имущественная сфера выражена в виде определенных предметов и подлежит исчислению есть возможность ее полного восстановления в прежнее состояние<sup>1</sup>.

Деловая репутация, как уже было отмечено в данной работе, относится к нематериальным активам юридического лица, включается в состав его имущества и может быть выражена в денежном эквиваленте. Посягательство на деловую репутацию и ее умаление влечет ухудшение имущественного положения организации, следовательно, может рассматриваться как реальный ущерб. Это не исключает того, что умаление деловой репутации может повлечь и упущенную выгоду<sup>2</sup>. Убытки юридического лица, вызванные умалением его деловой репутации, могут возникнуть в результате снижения количества продаж реализуемых на рынке товаров, оказываемых услуг, выполняемых работ; отказа контрагентов от исполнения договоров и т.д.

Таким образом, при посягательстве на деловую репутацию возможно полное возмещение убытков. Возмещаются убытки в денежной форме. Их размер должен быть доказан с помощью конкретных расчетов. При взыскании реального ущерба обычно возникает меньше проблем в доказывании его размера, чем при взыскании упущенной выгоды<sup>3</sup>. То есть обосновать точный размер убытков возможно не всегда.

На данное обстоятельство обратил внимание Пленум Верховного Суда в своем Постановлении от 23 июня 2015 г. № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского Кодекса Российской Федерации». Так, в соответствии с пунктом 12 данного Постановления суды не могут отказывать в удовлетворении требования о

---

<sup>1</sup> Дьяченко Е. М. Указ. соч. С. 78.

<sup>2</sup> Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015. С. 495 – 501

<sup>3</sup> Зимин В.А. Способы возмещения вреда по российскому гражданскому законодательству // Адвокат. 2013. № 5. С. 19 – 20.

возмещении убытков в связи с тем, что не представляется возможным установить их точный размер.

Размер необходимо устанавливать с разумной степенью достоверности, учитывать обстоятельства дела и руководствоваться принципом справедливости и принципом соразмерности ответственности нарушению, в результате которого убытки возникли<sup>1</sup>. Подобное положение Верховный Суд также закрепил в пункте 19 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16 марта 2016 г., в котором добавил, что размер убытков должен определяться с учетом цели – ликвидация последствий нарушения.

При решении вопроса о возмещении упущенной выгоды необходимо учитывать, что ее расчет обычно лишь приблизителен, что само по себе не может являться основанием отказа в иске<sup>2</sup>.

В судебном разбирательстве по иску акционерного общества к акционерному обществу о взыскании убытков. Истец, в отношении которого ответчиком были распространены ложные, порочащие его деловую репутацию сведения, для доказывания размера убытков, которые возникли вследствие указанных действий ответчика, предоставил суду отчет об оценке убытков в форме упущенной выгоды. Специалисты, исследовав сокращение количества заключенных договоров, оценили общий спад в деятельности истца и определили размер его упущенной выгоды. Суд удовлетворил требования истца, считая установленный размер убытков разумным с учетом представленных доказательств<sup>3</sup>.

На истце также лежит обязанность доказывания причинно–следственной связи между распространением в отношении него порочащих не

---

<sup>1</sup>О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского Кодекса Рос. Федерации [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 23 июля 2015 г. № 25 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2015. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 11.12.2016).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Постановление Арбитражного суда города Москвы от 29 окт. 2014 г. по делу № А40 – 45451/14 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

соответствующих действительности сведений и возникновением убытков, то есть того, что он понес убытки именно в результате действий ответчика<sup>1</sup>.

Так как в процессе доказывания размера убытков возникают трудности данный способ защиты деловой репутации используется потерпевшими юридическими лицами достаточно редко<sup>2</sup>.

Способ расчета убытков в законодательстве не закреплён. В литературе отмечается, что убытки обычно рассчитываются следующим образом.

В суд предоставляются финансовые документы (бухгалтерский баланс и отчет о доходах и расходах, могут быть предоставлены и иные документы) организации, на деловую репутацию которой осуществлено посягательство, за последний отчетный период до посягательства на деловую репутацию и на момент рассмотрения дела. По документам, относящимся к каждому периоду производится денежная оценка деловой репутации. Для этого может быть назначена соответствующая экспертиза. Полученные показатели сравниваются и подсчитывается их разница. Убытки — это сумма на которую показатели за период до посягательства больше показателей на момент рассмотрения дела. Требование о возмещении упущенной выгоды должно основываться на фактах уменьшения количества продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ, отказов в заключении договоров в связи с умалением деловой репутации<sup>3</sup>. Необходимо, чтобы размер возмещения убытков соответствовал необходимым затратам на восстановление нарушенного права<sup>4</sup>.

Убытки по рассматриваемой категории дел носят внедоговорный характер и следует руководствоваться так же нормами об обязательствах вследствие причинения вреда (статья 1064 ГК РФ).

---

<sup>1</sup> Забегайло Л. А. Современные гражданско-правовые способы защиты деловой репутации юридического лица // Право и экономика. 2011. № 5. С. 21.

<sup>2</sup> Герасимова Ю. А. Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора // Административное право. 2011. № 1. С. 65.

<sup>3</sup> Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015. С. 499.

<sup>4</sup> Тимерханов А. А. Указ. соч. С. 176

Возмещение убытков направлено на восстановление нарушенного права. Посягательством на деловую репутацию юридическому лицу могут быть причинены убытки как в форме реального ущерба, так и в форме упущенной выгоды. Однако вследствие того, что обосновать точный размер убытков достаточно сложно, данный способ защиты деловой репутации применяется достаточно редко.

### 3.5 Компенсация репутационного вреда

В литературе длительное время существовала дискуссия относительно наличия у юридических лиц возможности требовать компенсации морального вреда за посягательство на принадлежащую им деловую репутацию. Так, по мнению одних авторов, юридическое лицо может иметь права, связанные с обладанием нематериальными благами, в том числе и право на компенсацию морального вреда<sup>1</sup>. Другие авторы придерживаются прямо противоположного мнения<sup>2</sup>.

Авторы, выступающие против возмещения морального вреда юридическому лицу, основывают свою точку зрения на том, что посягательство на деловую репутацию юридического лица влечет такие негативные последствия, как потеря положительного отношения со стороны окружающих лиц, которые могут быть его клиентами или контрагентами. Такие последствия носят только имущественный характер, например, снижение количества продажи товаров. Следовательно, для защиты деловой репутации достаточно наличие возможности применения такого способа защиты, как возмещение убытков<sup>3</sup>.

Однако необходимо отметить, что неимущественная сфера юридического лица не объективирована, не выражена в определенном предмете

---

<sup>1</sup> Гаврилов Е. В. К вопросу о возможности компенсации морального вреда юридическим лицам // Законодательство и экономика. 2012. № 3. С. 43 – 44.

<sup>2</sup> Гусалова А. Р. К вопросу о защите деловой репутации // Общество и право. 2011. № 2. С. 105 – 107.

<sup>3</sup> Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. Владикавказ, 2012. С. 103. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

материального мира, но она реально существует в сознании третьих лиц и выражается посредством формирования их мнения об организации. Посягательство на деловую репутацию, влечет уменьшение авторитета организации, то есть вред, стоимостная величина которого не может быть точно определена и не охватывается имущественными убытками.

Последствием распространения ложной информации порочащей, например, учебное заведение может стать снижение престижа, вследствие чего и числа желающих обучаться в данном заведении, что приведет к невозможности его развития<sup>1</sup>. Вред может выражаться также в снижении возможности реализации запланированных задач, трудностях в управлении, увеличении рисков осуществления своей деятельности, состоянии неудовлетворенности участников, руководителей, работников организации<sup>2</sup>. А при применении такого способа защиты опороченной деловой репутации как опровержение, не представляется возможным говорить о полном восстановлении деловой репутации<sup>3</sup>. Можно констатировать, что не только имущественная сфера имеет значение для юридического лица, состояние его неимущественной сферы является не менее важным.

В настоящее время вопрос о возможности предъявления юридическим лицом требования о компенсации морального вреда разрешен на законодательном уровне. После вступления в силу ФЗ № 142-ФЗ от 1 окт. 2013 г. статья 152 ГК РФ претерпела существенные изменения. Из пункта 11 данной статьи следует, что правила о компенсации морального вреда не применяются к защите деловой репутации юридического лица.

Законодатель пошел по пути прямого запрета взыскания морального вреда в пользу юридического лица. Такое регулирование не отвечает деловому обороту настоящего времени, констатирует Н. Захаров. Статус, имя, деловая репутация юридического лица носят важный характер при реализации им своей деятельности. Со стороны законодателя неверно наделять юридическое лицо

---

<sup>1</sup> Мехтиханова Л. В. Проблемы компенсации репутационного вреда // Юрист. 2012. № 17. С. 44 – 45.

<sup>2</sup> Гаврилюк Е. Еще раз о компенсации // ЭЖ-Юрист. 2012. № 24. С. 6 – 7.

<sup>3</sup> Дьяченко Е. М. Указ. соч. С. 79.

только правом требовать возмещение убытков с учетом того, что процесс доказывания из размера является сложным<sup>1</sup>.

В 2015 году Верховный Суд РФ в своем определении указал, что компенсация морального вреда может быть применена тогда, когда такой вред причинен гражданину действиями, умаляющими его нематериальные блага, нарушающими его личные неимущественные права. Во всех остальных случаях такой способ защиты может быть использован только при существовании прямого указания в законе. При этом право юридического лица на компенсацию морального вреда законом не предусмотрено<sup>2</sup>.

Тем не менее в литературе отмечается, что с выходом рассмотренного Определения Верховного Суда РФ рано ставить точку в вопросе о возможности взыскания в пользу юридического лица компенсации нематериального вреда, но такая возможность практически сошла на нет<sup>3</sup>.

Задолго до вступления в силу ФЗ № 142–ФЗ от 1 окт. 2013 г. Конституционный Суд РФ в своем Определении от 4 дек. 2003 г. № 508–О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав п. 7 ст. 152 Гражданского кодекса РФ» отметил, что, разрешая вопрос о возможности применения конкретного способа защиты деловой репутации юридического лица необходимо исходить из его природы. То обстоятельство, что в законодательстве нет указания на определенный способ защиты деловой репутации юридического лица не свидетельствует о невозможности предъявить требование о компенсации нематериальных убытков или нематериального вреда, вызванного умалением деловой репутации. Оно имеет самостоятельное, отличное от морального вреда содержание<sup>4</sup>. Так, Конституционный Суд РФ

---

<sup>1</sup> Захаров Н. Нематериальные блага и их защита // ЭЖ–Юрист. 2014. № 9. С. 4–5.

<sup>2</sup> Определение Верховного Суда Российской Федерации от 17 авг. 2015 г. № 309 – ЭС15 – 8331 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2015. Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 11.02.2017).

<sup>3</sup> Ермакова Г. Компенсация морального вреда юридическому лицу // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». 2015. № 34. С. 19 – 20.

<sup>4</sup> Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации

указал на существование способа защиты деловой репутации юридических лиц, который не поименован в ГК РФ.

На существование в российском праве такого способа защиты деловой репутации юридических лиц, как компенсация нематериального вреда указывается и в доктрине. Как правило, в работах различных авторов и в судебной практике он именуется «возмещение репутационного вреда».

Под репутационным вредом понимаются отрицательные последствия посягательства на деловую репутацию юридического лица, следствием которого стало формирование отрицательного мнения о данном юридическом лице со стороны общества<sup>1</sup>.

Несмотря на содержание статьи 152 ГК РФ в современной редакции Е.В. Гаврилов не исключает наличие возможности у юридических лиц заявлять требование о компенсации репутационного вреда.

Автор подчеркивает, что существование такого способа защиты деловой репутации юридического лица, как компенсация нематериального вреда связано с положениями Конституции РФ, а именно части 2 статьи 45, которая гласит: «каждый вправе защищать свои права и свободы всеми способами, не запрещенными законом». Более того Конституционный Суд РФ высказал согласие с точкой зрения о наличии возможности у юридического лица требовать возмещения нематериального вреда (о чем было отмечено выше), следовательно, в случае отказа в репутационной компенсации, у организации есть шансы добиться справедливости в рамках конституционного судопроизводства<sup>2</sup>.

Говоря о самом рассматриваемом способе защиты деловой репутации, следует отметить, что возмещение вреда, причиненного нематериальным благам, носит компенсаторный характер. То есть вред, причиненный

---

[Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда Рос. Федерации от 04 дек. 2003 г. № 508 – О // Официальный интернет-портал правовой информации. Электрон. дан. [Б. м.], 2005–2017. URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>1</sup> Игнатьева Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты // Вестник Бурятского государственного ун– та. 2015. № 2 – 2. С. 303.

<sup>2</sup> Гаврилов Е. В. Конец репутационной компенсации? // ЭЖ–Юрист. 2014. № 9. С. 2 – 3.

нарушением неимущественных прав, может лишь компенсироваться, но не возмещаться. Указанное обстоятельство отличает данный способ защиты от возмещения убытков. В связи с этим корректнее говорить о компенсации вреда, причиненного посягательством на деловую репутацию юридического лица<sup>1</sup>. Компенсация репутационного вреда является частным понятием по отношению к общему – компенсация. Необходимо иметь ввиду, что возмещение и компенсация существенным образом отличаются. При возмещении, в отличие от компенсации, есть возможность точно определить его размер в зависимости от причиненного вреда. Размер возмещения должен быть вреду соразмерен<sup>2</sup>.

Вред, причиненный нарушением неимущественных прав юридическому лицу, близок к моральному вреду причиненному гражданину, но явно нетождествен ему<sup>3</sup>. Принципы возмещения морального вреда гражданину не могут применяться при возмещении репутационного вреда организации. Согласно статье 151 ГК РФ при определении размера компенсации морального вреда суд учитывает степень физических и нравственных страданий. В силу природы юридического лица в его отношении такое правило не может быть применено.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что компенсация репутационного вреда юридическим лицам представляет собой самостоятельный, отличный от существующих в законодательстве способ защиты деловой репутации.

К сожалению, такой способ защиты в настоящее время не закреплен в российском законодательстве. Мы имеем дело с пробелом в праве<sup>4</sup>.

Возможность юридического лица требовать компенсацию репутационного вреда должна быть законодательно закреплена. Помимо закрепления самой возможности, необходимо выработать критерии и способы

---

<sup>1</sup> Зимин В. А. Способы возмещения вреда по российскому гражданскому законодательству // Адвокат. 2013. №5. С. 18 – 20.

<sup>2</sup> Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] :дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. Томск, 2013. С. 101. Электрон. версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

<sup>3</sup> Зимин В. А. Указ. соч. С. 20.

<sup>4</sup> Гаврилов Е. В. Конец репутационной компенсации? // ЭЖ–Юрист. 2014. № 9. С. 5

определения ее размера. Отмечая отсутствие законодательно закреплённого порядка определения размера компенсации репутационного вреда, некоторые авторы отмечают, что любая такая компенсация является необоснованной и применяться не может<sup>1</sup>. Другие авторы, проявляющие более благоприятное отношение к данному способу защиты, предлагают критерии и способы определения размера компенсации.

Так, Е.В. Игнатьева предлагает определять размер компенсации репутационного вреда учитывая:

- характер вреда, причиненного юридическому лицу;
- способ распространения порочащих сведений об этом лице и степень такого распространения;
- форму и степень вины распространившего порочащие сведения лица;
- принципы разумности и справедливости<sup>2</sup>.

В работе Н.Н. Парыгиной критерии определения размера репутационного вреда представляются более разработанными. Прежде всего необходимо учесть последствия, наступившие для юридического лица вследствие умаления его деловой репутации. Помимо этого, необходимо принимать во внимание так же:

- материальные убытки, возникшие в следствие посягательства на деловую репутацию, при этом они не оказывают существенного значения, однако их размер может указать на степень умаления деловой репутации;
- использование других способов защиты, так как опровержение, опубликование ответа и другие способы защиты деловой репутации снижают неблагоприятные последствия посягательства на деловую репутацию, что уменьшает размер компенсации;
- содержание распространенных не соответствующих действительности порочащих юридическое лицо сведений, бесспорно, сама распространенная информация, степень ее порочности, ложности влечет те или иные неблагоприятные последствия;

---

<sup>1</sup> Мехтиханова Л. В. Проблемы компенсации репутационного вреда // Юрист. 2012. № 17. С. 46.

<sup>2</sup> Игнатьева Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты // Вестник Бурятского государственного ун-та. 2015. № 2 – 2. С. 304 – 305.

– индивидуальные особенности юридического лица, в отношении которого были распространены сведения, необходимы для оценки влияния на него распространенной информации;

– и другие обстоятельства, в том числе широта и количество случаев распространения информации<sup>1</sup>.

К данному перечню верным будет добавить учет принципов разумности и справедливости для принятия целесообразного, беспристрастного и верного решения.

Некоторые авторы предлагают способы расчета размера компенсации репутационного вреда. Так, О.В. Карайчева предлагает производить расчеты на основе произведения нематериального вреда и коэффициента, который должен быть определен в итоге оценки деловой репутации организации в соответствии с разработанным оценочным механизмом. При этом автором используется понятие презюмируемого размера репутационного вреда, который зависит от величины средств юридического лица и времени нахождения его на соответствующем рынке.

Во избежание проблем определения точной оценки деловой репутации, предлагается, еще до посягательства каждому юридическому лицу производить оценку своей деловой репутации с помощью привлечения компетентного эксперта. В результате данной оценки должен быть выявлен уровень деловой репутации, всего их три: отрицательная (коэффициент 0), положительная низкая (коэффициент 1), положительная высокая (коэффициент 2). Далее рассчитывается произведение размера причиненного вреда и соответствующего коэффициента. Если выявлена отрицательная деловая репутация организации, то нематериальный вред ей не компенсируется. Если выявлен низкий уровень деловой репутации автором предлагается производить компенсацию в размере причиненного вреда, а при высоком уровне – увеличивать размер такой компенсации вдвое.

---

<sup>1</sup> Парыгина Н. Н. О критериях определения размера компенсации нематериального вреда юридическому лицу / Н. Н. Парыгина, Е. Л. Невзгодина // Вестник Омского ун-та. Право. 2016. № 3 (48). С. 120 – 121.

По мнению автора с помощью такого расчета, можно повысить эффективность и компенсаторную функцию рассматриваемого способа защиты<sup>1</sup>.

Однако такой расчет скорее не будет объективным. Сложности возникнут уже на стадии оценки деловой репутации юридическим лицом. Деловая репутация изменчива. Ее невозможно будет оценивать постоянно. Брать за основу определенный период времени так же не представляется верным, так как неизвестно каким должен быть временной промежуток, и более того один и тот же отрезок времени не объективно применять к разным юридическим лицам. Деловая репутация каждого субъекта индивидуальна, она имеет свои специфические особенности. И как верно отметил Е. Гаврилюк, эксперт не сможет объективно оценить нанесенный вред<sup>2</sup>.

В судебной практике и в настоящее время удовлетворяются требования опороченного юридического лица о компенсации репутационного вреда. Так, в одном из своих решений Арбитражный суд города Москвы сделал вывод, что деловая репутация юридического лица может защищаться несколькими способами, одним из которых является компенсация репутационного (нематериального) вреда. При определении размера компенсации суд должен учитывать способ и степень распространения ложных порочащих юридическое лицо сведений, их характер. Размер компенсации должен быть соразмерен причиненному вреду и не вести к ущемлению свободы слова и массовой информации. Более того суд должен определить была ли у причинителя вреда реальная возможности повлиять на деловую репутацию истца. Для подтверждения наступления нематериального вреда следует установить факт сформированной деловой репутации истца, а также факт ее умаления, вследствие чего может произойти уменьшение числа клиентов, утрата конкурентоспособности и другие последствия, например, неопределенность в

---

<sup>1</sup> Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015. С. 500 – 501

<sup>2</sup> Гаврилюк Е. Еще раз о компенсации // ЭЖ-Юрист. 2012. № 24. С. 6 – 7.

планировании деятельности, трудности в управлении организацией, беспокойство и неудобства, причиненные руководителям и участникам юридического лица. Деловая репутация имеет нематериальный характер, которым определяется и немущественный характер вреда, причиненного посягательством. Такой вред должен компенсироваться, что направлено на уравнивание имущественной потери<sup>1</sup>.

Компенсацию репутационного вреда в доктрине признают самым противоречивым способом защиты деловой репутации<sup>2</sup>.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что такой способ защиты необходим юридическому лицу. Его закрепление в законодательстве прекратит существующие разногласия и урегулирует спорные вопросы. При этом законодателю необходимо устранить все неточности, чтобы обеспечить юридическому лицу высокую степень защиты его деловой репутации.

---

<sup>1</sup> Решение Арбитражного суда города Москвы от 19 апреля 2016 г. по делу № А40–253325/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. Электрон. дан. [Б. м.], 2012–2017. URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

<sup>2</sup> Гаврилов Е. В. К вопросу о возможности компенсации морального вреда юридическим лицам // Законодательство и экономика. 2012. № 3. С. 46.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги представленного исследования можно сделать следующие выводы.

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

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

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

Защита деловой репутации юридического лица допускается в случаях и порядке установленных Гражданским Кодексом Российской Федерации и другими законами. В работе подробно изучены условия и порядок защиты деловой репутации, так как при защите деловой репутации необходимо решить

важный вопрос о нахождении баланса между правом на деловую репутацию и такими правами, как свобода слова, гласность, право на поиск, получение и распространение информации.

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

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

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

### Нормативно – правовые акты

1. Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием от 12 дек. 1993 г. : (с учетом поправок от 21 июля 2014 г. № 11 – ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон Рос. Федерации от 30 нояб. 1994 г. № 51 – ФЗ : (ред. от 28 марта 2017 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федер. закон Рос. Федерации от 26 янв. 1996г. №14–ФЗ: (ред. от 28 марта 2017 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 5. – Ст. 410.
4. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 24 июля 2002 г. № 95 – ФЗ : (ред. от 01 янв. 2017 г.) // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 30. – Ст. 3012.
5. О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской федерации : федер. закон Рос. Федерации от 2 июля 2013 г. № 142 – ФЗ // Собр. Законодательства Рос. Федерации. – 2013. – № 27. – Ст. 3434.
6. О средствах массовой информации : закон Рос. Федерации от 27 дек. 1991 г. № 2124 – 1 : (ред. от 03 июля 2016 г.; с изм. и доп. от 15 июля 2016 г.) // Ведомости СНД РСФСР и ВС РСФСР. – 1992. – № 7. – Ст. 300.
7. Об инвестиционном товариществе: федер. закон Рос. Федерации от 28 нояб. 2011 г. № 335 – ФЗ : (ред. от 21 июля 2014 г.) // Собр. Законодательства Рос Федерации. – 2011. – № 49 (ч.1). – Ст.7013.
8. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [Электронный ресурс] : приказ Министерства финансов Рос. Федерации от 27 дек. 2007 г. № 153н : (ред. от 06 апр. 2015 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. –

Электрон. дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 29.10.2016).

9. О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе [Электронный ресурс] : письмо Федеральной антимонопольной службы Рос. Федерации от 30 сент. 2011 г. № АК/37027 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2011. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 3.11.2016).

10. Основы гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик утверждены Постановлением Верховного Совета СССР 31 мая 1991г. № 2212 – 1 // Ведомости СНД и ВС СССР. – 1991. – № 26. – Ст. 734. – Утратили силу.

### **Судебная практика**

11. Гринберг против Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Европейского суда по правам человека по делу от 23 июля 2005 г. № 23472/03 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2017. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

12. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Ускова Антона Игоревича на нарушение его конституционных прав частью первой статьи 46 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и пунктом 3 статьи 152 Гражданского Кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда Рос. Федерации от 01 марта 2010 г. № 323 – О – О // Официальный интернет–портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 18.02.2017).

13. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда Рос. Федерации

от 04 дек. 2003 г. № 508 – О // Официальный интернет–портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 27.02.2017).

14. По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда Рос. Федерации от 9 июля 2013 г. № 18 – П // Официальный интернет–портал правовой информации. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2005–2017. – URL: <http://pravo.gov.ru>. (дата обращения: 20.02.2017).

15. О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 04 апр. 2014 г. № 23 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2014. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.12.2016).

16. О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 09 дек. 2002 г. № 11 (ред. от 17 нояб. 2015) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.12.2016).

17. О практике применения судами Закона Рос. Федерации «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 (ред. от 09 февр. 2012) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2012. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

18. О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского Кодекса Рос. Федерации [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 23 июля 2015 г. № 25 //

КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 11.12.2016).

19. О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс]: постановление Пленума Верховного Суда Рос. Федерации от 24 февр. 2005 г. № 3 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2005. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.03.2017).

20. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2016 г. // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2016. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.02.2017).

21. Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации [Электронный ресурс] : информационное письмо Высшего Арбитражного Суда Рос. Федерации от 23 сент. 1999 г. № 46 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 1999. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 20.02.2017).

22. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 17 авг. 2015 г. № 309 – ЭС15 – 8331 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 11.02.2017).

23. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 24 нояб. 2016 г. по делу № А75–10040/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 10.02.2017).

24. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 19 окт. 2016 г. по делу № А60 – 3660/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

25. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 10 нояб. 2016 г. по делу № А31–2693/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017)

26. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 15 фев. 2007 г. по делу № А40 – 46435/06 – 110 – 381 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2007. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 12.11.2016).

27. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 1 авг. 2016 г. по делу № А40–34952/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 31.01.2017).

28. Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 28 янв. 2016 г. по делу № А73 – 14368/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

29. Апелляционное определение Московского городского суда от 28 апр. 2016 г. по делу № 33 – 10957 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2016. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 1.11.2016).

30. Постановление Арбитражного суда города Москвы от 29 окт. 2014 г. по делу № А40 – 45451/14 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

31. Определение Арбитражного суда Свердловской области от 19 апреля 2013 г. по делу № А60–52109/2012 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

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

33. Решение Арбитражного суда Кемеровской области от 6 апр. 2015 г. по делу № А27–474/2015 [Электронный ресурс] // URL: Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

34. Решение Арбитражного суда Липецкой области от 6 окт. 2016 г. по делу № А36 – 2638/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 28.01.2017).

35. Решение Арбитражного суда города Москвы от 19 апреля 2016 г. по делу № А40–253325/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 30.01.2017).

36. Решение Арбитражного суда Саратовской области от 17 нояб. 2016 г. по делу № А57–3408/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2012–2017. – URL:<http://sudact.ru>. (дата обращения: 10.02.2017).

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

### Специальная литература

38. Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов – М. : НОРМА, 2004. – 224 с.
39. Алексеев С. С. Общая теория права / С. С. Алексеев. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2008. – 565 с.
40. Архипереев Н. В. Развитие законодательства Российской Федерации о защите деловой репутации юридических лиц // Юрист. – 2015. – № 15. – С. 10 – 17.
41. Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. Ш. Аюпов. – Томск, 2013. – 224 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
42. Аюпов О. Ш. Понятие «деловая репутация юридического лица» // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2010. – № 45. – С. 100 – 101.
43. Аюпов О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического // Вестник Омского ун-та. Право. – 2011. – № 3. – С. 89 – 91.
44. Аюпов О. Ш. Удаление информации из сети интернет в диффамационных спорах // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2014. – Ч. 60. – С. 3 – 4.
45. Балабин Д. Н. Новые правила ст. 152 ГК РФ: от опровержения до пресечения распространения порочащей информации // Вестник магистратуры. – 2014. – № 12 (39). – С. 16 – 18.
46. Барсукова В. Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий // Ученые записки юридического факультета. – 2015. – № 37 (47) – С. 5 – 14.
47. Безроднова К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Право. – 2013. – № 1. – С. 10 – 13.

48. Брагинский М. И. Договорное право. Книга первая: Общие положения. / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – 3-е изд., стер. – М.: Статут, 2009. – 847 с.
49. Братусь С. Н. Субъекты гражданского права / С. Н. Братусь – М.: Госюриздат, 1950. – 367 с.
50. Бычкова А. В. Особенности гражданско-правовой защиты деловой репутации юридических лиц // Гуманитарные и юридические исследования. – 2013. – № 2. – С. 17 – 20.
51. Власова А. С. Становление «личности» коммерческой корпоративной организации: теоретические и практические аспекты / А. С. Власова, Н. М. Удалова, К. С. Кочкурова // Право и экономика. – 2015. – № 9. – С. 43 – 52.
52. Войнов В. Особенности защиты деловой репутации юридического лица в сети «Интернет» // Статус. – 2012. – № 1 (9). – С. 13 – 15.
53. Гаврилов Е. В. Гражданско-правовая диффамация как гражданско-правовое нарушение // Налоги. – 2010. – № 29 – С. 27 – 30.
54. Гаврилов Е. В. К вопросу о возможности компенсации морального вреда юридическим лицам // Законодательство и экономика. – 2012. – № 3. – С. 41 – 47.
55. Гаврилов Е. В. Конец репутационной компенсации? // ЭЖ-Юрист. – 2014. – № 9. – С. 2 – 6.
56. Гаврилов Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2012. – № 9. – С. 46 – 51.
57. Гаврилов Е. В. Опубликование ответа как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2013. – № 12 – С. 25 – 32.
58. Гаврилов Е. В. Принесение извинений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2012. – № 7. – С. 16 – 21.

59. Гаврилов Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2014. – № 2. – С. 49 – 53.
60. Гаврилюк Е. Еще раз о компенсации // ЭЖ–Юрист. – 2012. – № 24. – С. 6 – 7.
61. Герасимова Ю. А. Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора // Административное право. – 2011. – № 1. – С. 61 – 66.
62. Гражданское право : учебник / А. В. Барков [ и др.] ; под ред. В. П. Камышанского, Н. М. Коршунова, В. И. Иванова. – М. : Эксмо, 2011. – Ч. 1. – 703 с.
63. Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. – М. : РГ–Пресс, 2011. – Т. 1. – 1006 с.
64. Гражданское право : учебник в 3 т. / Н.Н. Агафонова [и др.] ; отв. ред. В. П. Мозолин. – М. : Проспект, 2012. – Т. 1. – 815 с.
65. Грасмик Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц // Административное право. – 2015. – № 1. – С. 11 – 14.
66. Гусалова А. Р. Гражданско – правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. Р. Гусалова. – Владикавказ, 2012. – 162 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
67. Гусалова А. Р. К вопросу о защите деловой репутации // Общество и право. – 2011. – № 2 – С. 104 – 108.
68. Гусалова А. Р. Право на защиту чести достоинства и деловой репутации в системе субъективных гражданских прав // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2015. – № 21. – С. 213 – 216.
69. Гусалова А. Р. Способы защиты нематериальных благ // Фундаментальные прикладные исследования проблемы и результаты. – 2015. – № 21. – С. 216 – 220.

70. Даль В. И. Толковый словарь русского языка : современная версия / В. И. Даль. – М.: Эскимо, 2005. – 735 с.
71. Дьяченко Е. М. Деловая репутация юридических лиц [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Е. М. Дьяченко. – Краснодар, 2005. – 218 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
72. Ермакова Г. Компенсация морального вреда юридическому лицу // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». – 2015. – № 34. – С. 19 – 20.
73. Жарков М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско – правовом порядке // Советник юриста – 2011. – №7 – С. 53 – 77.
74. Жданов А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа // Российское правоведение : трибуна молодого ученого. – 2012. – Вып. 12. – С. 97 – 99.
75. Жданов А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. – 2011. – Вып. 11 – С. 128 – 129.
76. Забегайло Л. А. Современные гражданско–правовые способы защиты деловой репутации юридического лица // Право и экономика. – 2011. – № 5 – С. 18 – 22.
77. Захаров Н. Нематериальные блага и их защита // ЭЖ–Юрист. – 2014. – № 9. – С. 4 – 14.
78. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие / М. А. Рожкова [и др.] ; под ред. М. А. Рожковой. – Статут. – 2015. – 159 с. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2016. – Доступ из локальной сети Науч. б – ки Том. гос. ун – та. (дата обращения: 5.12.2016).
79. Зимин В. А. Способы возмещения вреда по российскому гражданскому законодательству // Адвокат. – 2013. – № 5. – С. 17 – 24.

80. Игнатьева Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты // Вестник Бурятского гос. ун-та. – 2015. – №2 – 2. – С. 302 – 305.
81. Исакова М. А. Гудвилл – деловая репутация предприятия // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. – № 4–1 – С. 114 – 116.
82. Каменева З. В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. – 2014. – № 5. – С. 19 – 22.
83. Каменева З. В. Содержание субъективного права человека на честь и достоинство // Адвокат. – 2014. – № 4. – С. 21 – 24.
84. Карайчева О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / О. В. Карайчева. – Краснодар, 2014. – 211 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
85. Карайчева О. В. Повышение эффективности применения гражданско – правовых способов защиты деловой репутации // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. – 2015. – С. 495 – 501.
86. Карасик Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. – 2013. – №5. – С. 124 – 130.
87. Кархалев Д. Н. Защита неимущественных прав // Юрист. – 2013. – № 15. – С. 39 – 41.
88. Килинкаров В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкаров. – С.-Петербург, 2011. – 204 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
89. Кожевников В. В. Субъективное право и законный интерес: проблемы соотношения / В. В. Кожевников, А. Е. Кондратьев // Вестник Омского гос. ун-та. Право. – 2014. – № 4 (41). – С. 19 – 21.

90. Колесникова М. М. Способы опровержения сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию. / М. М. Колесникова, А. В. Потапов // Вестник Санкт-Петербургской юридической академии. – 2016. – № 1 (30). – С. 70 – 75.
91. Колосова В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны / В. И. Колосова, Т. Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 3 – 1. – С. 258 – 266.
92. Кушнир В. С. Деловая репутация юридического лица как объект гражданского права // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2015. – № 9. – С. 13 – 17.
93. Лебедев В. М. Современная российская модель правосудия // Российское правосудие. Специальный выпуск к VIII Всероссийскому съезду судей. – М.: РАП, 2012. – С. 4 – 5.
94. Малько А. В. Субъективное право и законный интерес // Правоведение. – 1998. – № 4. – С. 58 – 70.
95. Мехтиханова Л. В. Проблемы компенсации репутационного вреда // Юрист. – 2012. – № 17. – С. 41 – 46.
96. Михалевич Е. В. О понятиях чести, достоинства и деловой репутации в российском гражданском праве // Мониторинг правоприменения. – 2012. – № 1. – С. 39 – 44.
97. Михалевич Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей // Юридический мир. – 2013. – № 4 (196). – С. 54 – 57.
98. Мишина Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. – 2015. – С. 545 – 552.
99. Морозов Л. В. Право юридического лица на деловую репутацию / Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2014. – № 61. – С. 118–120.

100. Морозова Л. А. Теория государства и права учебник. / Л. А. Морозова. – М.: НОРМА, 2016 – 463 с.
101. Огрохина А. Е. Право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации // Наука и общество в современных условиях. – 2015. – № 1(3). – С. 129 – 131.
102. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ИТИ Технологии, 2003. – 939 с.
103. Парыгина Н. Н. О критериях определения размера компенсации нематериального вреда юридическому лицу / Н. Н. Парыгина, Е. Л. Невзгодина // Вестник Омского ун-та. Право. – 2016. – № 3 (48). – С. 118–121.
104. Переверзев А. С. Нарушение право юридического лица на деловую репутацию путем распространения сведений // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2015. – № 11. – С. 76 – 79.
105. Переверзев А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2015. – № 10. – С. 74 – 76.
106. Петривнева А. В. Гражданско–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации // Вестник Евразийской академии административных наук. – 2012. – № 1. – С. 94 – 101.
107. Поваров Ю. С. Право на опубликование ответа в средстве массовой информации (в аспекте соотношения с правом на опровержение сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию) // Цивилист. – 2012. – № 2. – С. 47 – 54.
108. Поликарпов М. В. Некоторые пробелы гражданского законодательства, регулирующего охрану чести, достоинства и деловой репутации // Современное право. – 2015. – № 11 – С. 40 – 43.

109. Потапенко С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите // Законодательство. – 2014. – № 12. – С. 44 – 49.

110. Потякина С. В. Некоторые особенности судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] // SCI – ARTICLE.RU. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2015. – URL: <http://sci-article.ru>. (дата обращения: 27.02.2017).

111. Радько Т. Н. Теория государства и права. Учебник для бакалавров / Т. Н. Радько. – М.: Проспект, 2014 – 495 с.

112. Рожкова М. А. Судебная практика по делам о защите деловой репутации юридических лиц и предпринимателей [Электронный ресурс] // Приложение к ежемесячному юридическому журналу Хозяйство и право. 2010. – № 2. – 48 с. – Электрон. версия печат. публ. – URL: [http://rozhkova.com/books\\_text/DELREP.pdf](http://rozhkova.com/books_text/DELREP.pdf) (дата обращения: 14.04.2017).

113. Российское гражданское право: учебник в 2 т. / В. С. Ем [и др.] ; отв. ред. Е. А. Суханов / М.: Статут, 2011. – Т. 1. – 956 с.

114. Сахапов Ю. З. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав и особенности ее гражданско-правовой защиты [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Ю. З. Сахапов – Казань, 2007. – 193 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

115. Свинцова М. В. Сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию граждан и юридических лиц // Судья. – 2014. – № 4. – С. 29 – 33.

116. Селина А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения // Интеллектуальный потенциал XXI века. – 2016. – С. 112 – 115.

117. Селина А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан // Проблемы теории и практики современной науки. – 2016. – С. 156 – 161.

118. Ситдикова Л. Б. Личные неимущественные права юридических лиц // Юридический мир. – 2015. – № 7 – С. 27 – 31.
119. Собко Т. С. Право юридического лица на гражданско–правовую защиту деловой репутации / Законность и правопорядок в современном обществе. – 2011. – № 3. – С. 107 – 109.
120. Соколова О. В. В защиту деловой репутации // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия» – 2016. – № 12. – С. 12 – 17.
121. Тимерханов А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / А. А. Тимерханов. – М., 2012. – 176 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
122. Тимешов Р.П. Нематериальные блага в гражданском праве и их защита [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / Р. П. Тимешов. – Краснодар, 2010. – 208 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
123. Тюленев И. В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук / И. В. Тюленев. – М., 2010 – 200 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».
124. Тяпухин С. В. О защите деловой репутации / Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. – 2014. – № 2. – С. 50 – 60.
125. Ульянова О. А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты // Молодой ученый. – 2015. – № 9. – С. 891 – 896.
126. Ульянова О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц // Международный научно – исследовательский журнал. – 2015. – № 10 – 1 (41) – С. 102 – 106.
127. Фроловский Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2012. – № 4. – С. 48 – 52.

128. Хван О. В. Нарушение права на деловую репутацию // Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство, право и управление. – 2012. – № 6 (25). – С. 96 – 100.
129. Цибенко А. Ю. Деловая репутация юридического лица и способы ее защиты // Налоги. – 2011. – № 24. – С. 22 – 31.
130. Чикишева Н. А. Честь, достоинство и деловая репутация: правовая защита // Власть и управление на Востоке России. – 2016. – № 1. – С. 127 – 133.
131. Шишенина А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан // Адвокат. – 2008. – № 7. – С. 104 – 108.
132. Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский– 3-е изд., испр. и доп. – М.: ВолтерсКлувер, 2004. – 320 с.
133. Эрделевский А. М. Об изменениях в способах защиты личных неимущественных благ // Хозяйство и право. – 2013. – № 11. – С. 24 – 31.
134. Юдина Л. Н. Исторические предпосылки возникновения понятия гудвилла (деловой репутации организации) // Гуманитарные научные исследования. – 2014. – № 8. – С. 103 – 106.