

УДК 334.012.23

doi: 10.20310/1819-8813-2017-12-5-184-187

СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

ЛАПШИН АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ

Тамбовский государственный технический университет,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: sasha-lapshin@inbox.ru

На формирование репутации юридического лица влияют многие факторы. Организации, фирмы всегда находились в условиях жесткой конкуренции. Деловая репутация является одним из видов нематериальных активов и непосредственно влияет на стоимость фирмы, она может иметь не только положительное содержание, но и быть отрицательной. Под деловой репутацией юридического лица понимают приобретаемую им общественную оценку о качествах, достоинствах и недостатках, относящихся к его работе и профессиональной деятельности. Очень часто распространяется информация об организации, которая не соответствует действительности. Целью научного исследования является рассмотрение способов защиты деловой репутации юридического лица. Методологическую основу исследования образуют как общенаучные философские методы познания (логико-языковые, системный, историко-сравнительный), так и специальные, широко используемые в теории права и государства и гражданском праве (например, сравнительно-правовой, формально-юридический, структурно-функциональный). В комплексе так же были использованы методы системности, объективности, аналогии и моделирования для определения ключевых идей и выводов по ходу исследования. Основным результатом научной работы является вывод о том, что юридическое лицо имеет право требовать от других лиц, чтобы оценка его деятельности опиралась на реальные обстоятельства и не искажалась неверными сведениями. Законодательство предоставляет юридическим лицам широкие возможности для защиты своей деловой репутации. Практическое применение исследуемых способов защиты деловой репутации юридических лиц нашло отражение во множестве судебных дел. В современных условиях надлежащая защита деловой репутации хозяйствующих субъектов все более очевидно становится одним из условий успешного осуществления ими предпринимательской и иной экономической деятельности, поскольку без должного обеспечения прав и охраняемых законом интересов достигнуть экономическое благополучие не представляется возможным.

Ключевые слова: законодательство, защита, деловая репутация, распространение сведений, средства массовой информации, опубликование ответа, возмещение убытков

Деловая репутация является объектом абсолютного гражданского правоотношения. Общерегулятивные обязанности, возложенные на всех третьих лиц, заключаются в запрете препятствовать правообладателю в осуществлении его права.

Непременным условием существования для коммерческого юридического лица является обладание положительной деловой репутацией.

Право на деловую репутацию является неотъемлемым субъективным правом любого юридического лица. Его нарушение причиняет существенный моральный вред, ущерб в свободе действий и общественном положении, производя на окружающих невыгодное для указанных субъектов впечатление, и предопределяет ответственность обязанных лиц.

Право на защиту является обязательным элементом самого субъективного права, так как в противном случае не представилось бы реальным реализовать другие юридические возможности, в том числе возможность государственного принуждения.

Гражданским законодательством гарантируется защита нематериальных благ физических и юридических лиц в равной степени. В зависимости от юридической природы нарушенного нематериального блага или личного неимущественного права и характера последствий этого нарушения ставятся порядок и пределы такой защиты. Гражданским кодексом [1] предусмотрены как общие (ст. 12 ГК РФ), так и специальные (ст. 152 ГК РФ) способы защиты деловой репутации. Нередко могут использоваться несколько способов, а может и не

подойти ни один из указанных. Это зависит от специфики подлежащего защите блага.

Специальные способы защиты, предусмотренные ст. 152 ГК РФ, имеют особую значимость при разрешении вопросов, связанных с умалением деловой репутации. К ним относят: опровержение несоответствующих действительности порочащих честь, достоинство и деловую репутацию сведений; опубликование ответа в средствах массовой информации (далее СМИ), где были распространены соответствующие сведения; удаление порочащей информации в сети Интернет и соответствующее опровержение способом, обеспечивающим доведение опровержения до пользователей сети Интернет; удаление порочащей информации, а также пресечение или запрещение дальнейшего ее распространения; возмещение причиненных убытков.

1. Опровержение несоответствующих действительности, порочащих сведений.

Закон не обязывает заявителя предварительно обращаться к ответчику с требованием об опровержении распространенных им сведений, в том числе и в случаях, когда ответчиком выступает редакция СМИ, в котором были опубликованы оспариваемые сведения. Вместе с тем, юридическое лицо вправе обратиться с соответствующим требованием к редакции СМИ.

Президиум Высшего Арбитражного Суда РФ в Информационном письме от 23.09.1999 г. № 46 «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации»[2] указал, что предусмотренная Законом РФ «О средствах массовой информации»[3] процедура обращения заинтересованных лиц с требованием об опровержении сведений, порочащих их деловую репутацию, не является обязательным досудебным порядком разрешения спора.

Гражданский кодекс РФ относит порядок опровержения распространенных сведений к специальному способу защиты чести, достоинства и деловой репутации.

Порядок опровержения подробно регламентирован ст. 43-45 Закона РФ «О СМИ». Чаще всего порядок опровержения порочащих деловую репутацию юридического лица сведений устанавливается непосредственно судом, исходя из требований, заявленных пострадавшей стороной. В случае удовлетворения иска в решении указывается способ опровержения несоответствующих действительности порочащих сведений, при необходимости текст такого опровержения с указанием на данные сведения, а также срок, в течение которого данное опровержение должно быть опубликовано.

Также в п. 4 ст. 152 ГК РФ предусмотрена возможность наступления случаев, когда в связи с широким масштабом распространения и известностью тех или иных сведений их опровержение не-

возможно довести до всеобщего сведения. В таком случае информация может быть удалена по требованию лица, о котором указанные сведения были распространены.

Опровержение означает аргументированное, обоснованное отрицание соответствия действительности распространенных сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию лица.

2. Опубликование ответа.

Несмотря на то, что опубликование ответа в СМИ используется потерпевшей стороной в основном в делах по защите деловой репутации, право на ответ относится к числу универсальных способов, в частности, способов самозащиты.

Некоторые ученые поддерживают законодателя и отраженную им в Законе РФ точку зрения, которая сводится к тому, что организации наравне с гражданами имеют право на опубликование своего ответа в тех же СМИ, где были опубликованы сведения, ущемляющие права или законные интересы юридического лица.

Опровержение или ответ не дадут такого результата, какого, например, можно добиться от судебной защиты. Восстановить полностью нарушенные права не получится, но зато неимущественные последствия от правонарушения будут уменьшены.

3. Удаление порочащей информации в сети Интернет и соответствующее опровержение порочащей информации способом, обеспечивающим доведение опровержения до пользователей сети Интернет.

Такая мера защиты деловой репутации лица может иметь место, если судом признаны размещенные на сайте в сети Интернет сведения не соответствующими действительности и если такие требования заявлены истцом. Ответчиком выступают в данном случае владелец сайта или иное уполномоченное им лицо, размещающее информацию на этом сайте, что усложняет установление виновного лица. В удовлетворении заявленного требования истцу может быть отказано, поскольку представленные доказательства, а именно протокол осмотра информации в сети Интернет, составленный нотариусом, не позволит достоверно установить источник оспариваемых сведений.

4. Удаление порочащей информации, а также пресечение или запрещение дальнейшего ее распространения путем изъятия и уничтожения без какой бы то ни было компенсации экземпляров материальных носителей, содержащих указанную информацию.

Способ, при котором предусматривается право требовать удаления порочащей информации, а также пресечения или запрещения дальнейшего распространения указанных сведений путем изъятия и уничтожения без какой бы то ни было ком-

пенсации изготовленных экземпляров материальных носителей, содержащих указанные сведения, и закрепленный в п. 4 ст. 152 ГК РФ, нашел свое отражение в положениях гл. 76 ГК РФ (часть четвертая), посвященной защите прав на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг предприятий. В соответствии с положениями ст. 1515 ГК РФ, предусматривающей ответственность за незаконное использование товарного знака в виде требования правообладателя к нарушителю изъять из оборота и уничтожить за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. Таким образом, одновременно с восстановлением положения организации, существовавшего до незаконного использования средств индивидуализации, организация-нарушитель несет ответственность.

5. Возмещение причиненных распространением не соответствующих действительности, порочащих сведений убытков.

Подход арбитражных судов к рассмотрению дел данной категории претерпел значительные изменения под влиянием практики Европейского Суда по правам человека (далее ЕСПЧ). ЕСПЧ в своих решениях посчитал, что и юридическому лицу может быть нанесен репутационный вред, поэтому не исключается возможность присуждения коммерческой компании компенсации нематериального вреда. В своих решениях ЕСПЧ нередко возмещает организации убытки «морального характера», которые юридическое лицо может понести вследствие умаления его деловой репутации со стороны конкурентов, недобросовестных потребителей, что может отразиться на дезориентации субъекта на рынке товаров, работ, услуг, на дальнейшей выработке внутренней политики организации, на ее управлении и принятии решений, на самих членах руководства компании [4].

Конституционный Суд РФ, частично признав такую позицию ЕСПЧ по вопросу компенсации морального вреда юридическим лицам, в своем Определении от 4 декабря 2003 г. № 508-О заявил о не запрещенной законом возможности юридических лиц в делах о защите деловой репутации предъявлять требования о компенсации убытков, в том числе неимущественного характера, однако такой причиненный нематериальный вред не отождествляется с моральным вредом, причиненным гражданину [5].

При определении размера ущерба, подлежащего возмещению, суды опираются на предоставленные истцом доказательства, необходима причинно-следственная связь между распространением порочащих сведений и понесенными убытками. Трудно рассчитать сумму заявителю, но в удовле-

творении требования о возмещении убытков не может быть отказано только на том основании, что их точный размер невозможно установить. Размер подлежащих возмещению убытков в таком случае определяется судом с учетом всех обстоятельств дела. Суд исходит из принципов справедливости, соразмерности.

Например, компании, обратившейся в Арбитражный суд с иском о защите деловой репутации путем опровержения распространенных порочащих деловую репутацию заявителя сведений и о взыскании убытков, было отказано в части требования о компенсации причиненного вреда по основанию недоказанности его размера. В апелляционной инстанции решение суда первой инстанции осталось без изменения, однако Арбитражный суд округа, отменяя решение суда первой инстанции и постановление суда апелляционной инстанции в части отказа в удовлетворении требования о взыскании убытков и отправляя дело на новое рассмотрение, исходил из того, что степень сложности в предоставлении истцом в суд доказательств, подтверждающих причинно-следственную связь между наличием убытков и распространением ложных и порочащих сведений, равно как и размера убытков, не должна снижать уровень правовой защищенности участников гражданского оборота при доказанности факта нарушения. Поэтому при таких обстоятельствах отказ во взыскании убытков нельзя признать обоснованным.

Закон не ограничивает возможность обладателя субъективного права на выбор того или иного способа защиты, при этом конкретный способ защиты права обусловлен особенностями того или иного защищаемого права и характером правонарушения.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 31.01.2016). Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 23. 09.1999 г. № 46 «Обзор практики разрешения судами споров, связанных с защитой деловой репутации». Вестник ВАС РФ. 1999. № 11.
3. О средствах массовой информации: закон РФ от 27. 12.1991 № 2124-1 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/.
4. Решение Европейского суда по делу «Компания «Комингерсол С. А.» против Португалии» от 6 апреля 2000 г. // Вестник ВАС РФ. 2001. № 2.
5. Определение Конституционного Суда РФ от 04. 12.2003 № 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав п. 7 ст. 152 Гражданского кодекса Российской

Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. 2004. № 3.

References

1. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federatsii ot 30.11.1994 g. № 51-FZ (red. ot 31.01.2016) [Civil code of the Russian Federation on 30.11.1994 № 51-FL (edition of 31.01.2016)]. Spravochno-pravovaya sistema «Konsul'tant Plyus». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

2. Informatsionnoye pis'mo Prezidiuma VAS RF ot 23. 09.1999 g. № 46 «Obzor praktiki razresheniya sudami sporov, svyazannykh s zashchitoj delovoj reputatsii» [The information letter of the Presidium of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation from 23. 09.1999 № 46 «Review of practice of permission by courts of the disputes connected with protection of business reputation»]. Vestnik VAS RF. 1999. № 11.

3. O sredstvakh massovoj informatsii: Zakon RF ot 27. 12.1991 № 2124-1 [About mass media: The act of the Rus-

sian Federation from 27. 12.1991 № 2124-1] // Spravochno-pravovaya sistema «Konsul'tant Plyus». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

4. Resheniye Evropejskogo suda po delu «Kompaniya «Komingersol S. A.» protiv Portugalii» ot 6 aprelya 2000 g. [The decision of the European Court of Justice on case «Company «Komingersol S.A.» against Portugal» on April 6, 2000] // Vestnik VAS RF. 2001. № 2.

5. Opreddeniye Konstitutsionnogo Suda RF ot 04. 12.2003 № 508-O «Ob otkaze v prinyatii k rassmotreniyu zhaloby grazhdanina Shlafmana Vladimira Arkad'evicha na narusheniye ego konstitutsionnykh prav p. 7 st. 152 Grazhdanskogo kodeksa Rossijskoj Federatsii» [Definition of the Constitutional Court of the Russian Federation from 04. 12.2003 № 508-O «About refusal in acceptance to consideration of the complaint of the citizen Shlafman Vladimir Arkadyevich to violation of his constitutional rights of item 7 of Art. 152 of the Civil code of the Russian Federation»]. Vestnik Konstitutsionnogo Suda RF. 2004. № 3.

* * *

WAYS OF PROTECTION OF BUSINESS REPUTATION OF LEGAL ENTITIES AND THEIR FEATURE

LAPSHIN ALEKSANDR ANDREEVICH

Tambov State Technical University,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: sasha-lapshin@inbox.ru

Many factors influence formation of reputation of the legal entity. The organizations, firms always were in conditions of fierce competition. The business reputation is one of types of intangible assets and directly influences the cost of firm, it cannot have only positive contents, but also to be negative. Understand the public assessment acquired by it about the qualities, merits and demerits relating to its work and professional activity as business reputation of the legal entity. Very often information on the organization which is not true extends. The purpose of scientific research is a consideration of ways of protection of business reputation of the legal entity. The methodological basis of a research is general scientific philosophical methods of knowledge (logic-language, system, historical and comparative), and the special, widely used in the theory rights and the states and civil law (for example, comparative and legal, legallistic, structurally functional). The author used methods of systematicity, objectivity, analogy and modeling for definition of the key ideas and conclusions on the research course in a complex. The main result of scientific work is a conclusion that the legal entity has the right to demand from other persons that assessment of its activity leaned on real circumstances and incorrect data didn't distort it. The legislation gives to legal entities ample opportunities for protection of the business reputation. Practical application of the studied ways of protection of business reputation of legal entities found its reflection in a set of lawsuits. In modern conditions appropriate protection of business reputation of economic entities it becomes more and more obvious to one of conditions of successful implementation of entrepreneurial and other economic activity by them as without due ensuring the rights and the interests protected by the law, it is not possible to reach economic wellbeing.

Key words: legislation, protection, business reputation, dissemination of data, mass media, publication of the answer, indemnification

Об авторе:

Лапшин Александр Андреевич, магистрант кафедры гражданского права и процесса Тамбовского государственного технического университета, г. Тамбов

About the author:

Lapshin Aleksandr Andreevich, Applicant for Master's Degree of the Civil Law and Process Department, Tambov State Technical University, Tambov