

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права и процесса

**Гражданско-правовая защита деловой репутации юридических лиц:
проблемы теории, правового регулирования и практики
правоприменения**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

магистранта 2 курса 262 группы
направления подготовки 40.04.01 «Юриспруденция»
юридического факультета
Вороковой Светланы Исламовны

Научный руководитель
доцент кафедры гражданского
права и процесса
к.ю.н., доцент _____

Ю.Ю. Илюхина

Заведующий кафедрой
гражданского права и процесса
к.ю.н., доцент _____

Е.Н. Тогузаева

Саратов 2025

Актуальность темы данной работы обусловлена ее научно-теоретической и практической значимостью.

Понятие деловой репутации в Российском законодательстве появилось недавно. Статья 152 ГК РФ, к сожалению, не имеет четкой детализации. По причине этого, органы правосудия, как и заявители встречаются с рядом трудностей при применении в разрешении споров норм, регулирующих механизм защиты нарушенного права на деловую репутацию.

Мы выбрали данную тему для защиты магистерской диссертации, поскольку она не в достаточной мере исследована цивилистами. В связи с этим, более детальное изучение как с теоретической стороны, так и с практической будет иметь по нашему мнению, достаточно важное значение. Также, мы считаем, что тема «Защиты деловой репутации» имеет отличие от других тем определенным своеобразием и актуальностью. Она раскрывает основные положения и выявляет потенциал и практическую ценность такого нематериального актива компаний, как репутация, заостряет внимание на существующих и не устраненных законодателем правовых коллизиях, раскрывает проблемы, встречающиеся на практике.

Актуальность темы обоснована, можно сказать, жизненно важной необходимостью поддержания высокой планки уровня деловой репутации компаний для успешного процветания их бизнеса, получения от него высокой прибыли, ведь именно от данного фактора зависит материальное благополучие организации на практике.

Цель работы - изучить и провести анализ законодательного регулирования правоотношений, возникающих в ходе защиты деловой репутации, изучение природы деловой репутации, а также определение характера и особенностей защиты деловой репутации в судебном процессе. Помимо вышесказанного внести предложения по совершенствованию нормативно-правовых актов, регулирующих защиту деловой репутации.

В соответствии с поставленной темой были поставлены следующие задачи:

1. Провести теоретический анализ категории деловой репутации юридического лица.

2. Изучить в российском законодательстве нормы в сфере регулирования защиты деловой репутации юридического лица.

3. На основе анализа материалов судебной практики выявить проблемы применения норм в сфере защиты деловой репутации юридических лиц и предложить и пути их решения.

Объектом настоящего исследования являются правоотношения, возникающие в ходе формирования деловой репутации юридического лица, защиты деловой репутации юридического лица, а также ее закрепления в российском законодательстве.

Предметом исследования являются правовые нормы, закрепляющие основные положения, касающиеся деловой репутации, научные изыскания ученых правоведов, а также правоприменительная практика.

Научная новизна исследования выражается в научном подходе к исследованию, основанном на взаимосвязанном анализе правовой природы деловой репутации.

В качестве методов исследования использовались такие методы научного познания, как метод системного анализа, сравнительно-правовой, формально-юридический.

Теоретической основой данного исследования послужили труды таких ученых-цивилистов как Афанасьева Е.Г., Бумажкина А.В., Беляева О.А., Вавилычева Т.Ю., Зиниченко С.А., Каменева З. В., Колосова В.И., Лапач Д.А., Мордохов Г.Ю., Маркина М.В., Невзгодина Е.Л., Новикова Е.А., Нохрина М. Л., Парыгина Н.Н., Шапсугов Д. Ю., Эрделевский А. О.

В качестве нормативной основы использовались: федеральное законодательство, подзаконные акты, иностранные нормативные источники, а также судебная практика по рассматриваемым в работе проблемам.

Эмпирической основой исследования послужили судебные акты Конституционного Суда Российской Федерации, Верховного Суда Российской Федерации, арбитражных судов.

Положения, выносимые на защиту. В современных реалиях, существует правовая коллизия, при которой не может быть реализован такой способ защиты как «извинение». То есть, данный способ не может быть реализован в качестве вынесения решения по делу о защите деловой репутации, однако он может быть закреплён в качестве одного из условий мирового соглашения. Мы видим решение данной проблемы в том, чтобы закрепить в п. 9 ст. 152 ГК РФ извинение за распространение порочащих деловую репутацию юридического лица сведений в качестве способа защиты нарушенного права.

Проблемным является вопрос доказывания размера причиненных убытков, так как законодатель не учел, каким именно способом необходимо рассчитывать убытки, причиненными действиями ответчика. Из этого вытекает следующая практическая проблема - из-за сложности расчетов суды отказывают в удовлетворении требований об их взыскании.

В этой связи решением проблемы представляется во внесении изменений в п. 16 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», в который необходимо добавить абзац второй, где изложить перечень надлежащих способов для расчета убытков в виде отчета об оценке убытков, данных о среднестатистическом снижении оборота продажи продукции после распространения сведений и иные финансовые документы за последний отчетный период, предшествующий распространению, и за отчетный период на момент рассмотрения дела.

Убытками должна являться та денежная сумма, на которую показатели за период до посягательства больше показателей на момент рассмотрения дела.

Также проблемным является вопрос о неопределенности взыскания репутационного вреда в пользу юридического лица, поскольку он схож по правовой природе с моральным вредом. Конституционный Суд РФ и Верховный Суд РФ признали возможность взыскания репутационного вреда юридическим лицом, чья деловая репутация пострадала.

Однако в то же время в российской судебной практике возникла двойственная ситуация: одни суды, опираясь на положения конституционного и верховного суда, признают возможность взыскания репутационного вреда, но другие суды не признают этого, поскольку данные положения не закреплены в ГК РФ. Существующая юридическая коллизия упирается в несформированность окончательного определения о сути самой компенсации репутационного вреда и обозначения ее правовой природы. Здесь мы считаем, что возможность требовать компенсацию репутационного вреда должна быть закреплена в российском законодательстве. И для реализации нашего предложения, мы предлагаем внести корректировки в п. 11 ст. 152 ГК РФ, в которой определить, что компенсация репутационного вреда является способом защиты деловой репутации юридического лица при распространении порочащих её сведений.

Структура работы позволяет раскрыть тему, построена с учетом целей и задач исследования. Работа включает в себя введение, три главы, заключение и список используемой литературы и используемых источников.

Основное содержание работы. Первая глава «Деловая репутация: как юридическая категория» содержит два параграфа, которые посвящены исследованию понятия, содержания и правовой природы деловой репутации.

В первом параграфе, отмечено, что понятие репутация и деловая репутация в российском законодательстве не раскрываются, а в научной литературе точки зрения ученых-цивилистов разнятся. Мы заострили внимание на том факте, что данной дефиниции в Российском гражданском законодательстве не существует. Деловая репутация в различных актах может рассматриваться как узкое, так и широкое понятие. Так, например в

одном из писем Банка России деловая репутация кредитной организации рассматривается как «качественная оценка участниками гражданского оборота деятельности кредитной организации, а также действий ее реальных владельцев, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций»

В процессе написания магистерской работы, мы обнаружили, что в Российской Федерации норм закрепляющих правомочия на владение деловой репутацией не существует, однако есть возможность закрепить положительную или отрицательную деловую репутацию. В юридической литературе называются три возможности фиксации положительной репутации и две – отрицательной репутации.

Так, Торгово-промышленная палата РФ и территориальные торгово-промышленные палаты в рамках реализации проекта «Реестр надежных партнеров» ведут реестр надежных партнеров, внесение информации в который с убедительностью говорит о солидной деловой репутации субъекта предпринимательства, поскольку в реестр вносится информация о юридических лицах, осуществляющих деятельность в соответствии с российским законодательством в течение трех лет, а также готовых предоставить открытую информацию о себе. Еще одним свидетельством положительной деловой репутации является членство в объединении предпринимателей, например, в какой-либо саморегулируемой организации.

Третьим источником фиксации положительной деловой репутации является кредитная история, хранящаяся в бюро кредитных историй. Запись кредитной истории представляет собой информацию, которая характеризует исполнение субъектом кредитной истории принятых на себя обязательств по одному договору займа (кредита), а также иному договору или обязательству.

Свидетельством фиксации отрицательной деловой репутации являются реестры недобросовестных поставщиков, которые ведутся Федеральной антимонопольной службой России, и являются одним из средств защиты прав участников контрактной системы и выражающейся в юридическом акте

признания государством указанного участника или заказчика не выполнившим надлежащим образом свои обязательства. Указанные реестры являются источниками общедоступной информации, которая позволяет сформировать мнение о юридическом лице и оценить его деловую репутацию. На сегодняшний день насчитывается два реестра: первый применяется в системе государственных закупок, второй – в системе корпоративных закупок, которые различаются по порядку ведения и формирования.

Следует рассмотреть еще то, что деловая репутация приобретает имущественный характер при заключении договора коммерческой концессии, сторонами которого могут быть не только коммерческие организации, но и физические лица в качестве индивидуальных предпринимателей. Договор коммерческой концессии предусматривает использование деловой репутации правообладателя за вознаграждение, т. е. посредством сделки.

Касаясь деловой репутации юридических лиц следует сказать, что Гражданский кодекс РФ не относит ее напрямую к нематериальным благам в перечне ст. 150, но все же содержит в главе 8 «Нематериальные блага и их защита» норму о допущении применения для целей защиты деловой репутации юридических лиц способов, установленных в ст. 152, за исключением правил о компенсации морального вреда.

Затрагивая вопрос о возникновении деловой репутации, следует сказать, что ее формирование может происходить на протяжении многих лет, а может возникнуть в течение нескольких месяцев. В отличие от чести и достоинства, деловая репутация не возникает с момента регистрации. Однако некоторые авторы подчеркивают, что деловая репутация может возникнуть с момента регистрации юридического лица. Другие считают, что невозможно определить конкретный момент возникновения деловой репутации, формирования публичного мнения о ней.

В первом параграфе мы сделали вывод о двойственной правовой природе феномена деловой репутации, которая, будучи объектом гражданских прав, имеет и имущественную, и неимущественную составляющие. Имущественная составляющая деловой репутации наиболее выражена в отношениях с участием субъектов предпринимательской деятельности, что вполне закономерно, учитывая характер данного вида деятельности.

Во втором параграфе «Право юридического лица на деловую репутацию в правовом регулировании» было установлено, что 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.

Мы выявили, что в содержании субъективного права юридического лица на деловую репутацию включаются следующие аспекты:

1. Юридическое лицо вправе осуществлять собственные активные действия по отношению к своей деловой репутации. Единственным ограничением, согласно гражданскому законодательству, являются принципы разумности и добровольности.

В процессе осуществления своей деятельности юридическое лицо может формировать и поддерживать свою деловую репутацию. Иногда действия юридического лица прямо направлены на ее формирование (например реклама о себе, распространение сведений иными методами), или не оказывающими прямого воздействия, но оказывающими влияние (действия, направленные на качественное и более полное выполнение услуг)

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.

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.

Обладатель деловой репутации наделен всеми тремя правомочиями, составляющими содержание субъективного гражданского права.

Во второй главе под названием «Защита деловой репутации юридического лица» содержит два параграфа, которые выявляют условия для защиты деловой репутации, а также порядок защиты деловой репутации в Российской Федерации.

Первый параграф второй главы под названием «Условия гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица» раскрывает основные положения для защиты репутации юридического лица. Так проведя анализ законодательства, мы сделали вывод о том, что основанием для защиты деловой репутации является совокупность следующих четырех условий:

- наличие факта распространения сведений;
- сведения, которые были распространены, имеют порочащий характер;
- данные сведения не соответствуют действительности;
- указанные сведения подлежали огласке третьим лицом.

И каждому из условий мы дали отдельную детальную характеристику.

1. Наличие факта распространения сведений.

Под распространением сведений следует понимать передачу информации в устной или письменной форме нескольким или неопределенному кругу лиц. Например, публикация в печати, демонстрация в интернете или трансляция по телевидению.

Если сведения, которые не соответствуют действительности, были сообщены всего лишь одному лицу, то есть не стали объектом всеобщей гласности, несмотря на это все равно имеется основание для опровержения данных сведений. Сообщивший эти сведения практически теряет возможность препятствовать их дальнейшему распространению.

2. Сведения, которые были распространены имеют порочащий характер.

Сведения, являющиеся порочащими, содержат отрицательную информацию правового или морального характера. К сожалению, российский законодатель не дает точного ответа, о том, какие сведения можно считать порочащими. Поэтому необходимо изучать каждую ситуацию индивидуально. Давать реальную оценку происходящему, быть непредвзятым и опираться на факты.

Реальные примеры порочащих сведений содержатся в судебной практике - 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.

3. Распространенные порочащие сведения не соответствуют действительности.

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

4. Сведения распространены третьим лицом.

Второй параграф второй главы под названием «Защита деловой репутации» рассматривается «разграничение подведомственности». Нами отмечено, что в соответствии с пунктом 7 части 6 статьи 27 АПК, дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности относятся к 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. Также не редкими являются случаи, когда порочащие сведения могут быть распространены средствами массовой информации. Проведя анализ, мы выяснили, что в таком случае, ответственность будут нести автор или редакция СМИ. Однако в случае если редакция не является юридическим лицом, то ответчиком по делу будет являться учредитель редакции.

Российский законодатель в ГК закрепил презумпцию несоответствия действительности распространенных сведений, то есть оспариваемые сведения являются ложными, пока не будет доказано иное. Обязанность доказывания возлагается на ответчика. Истец только лишь должен доказать факт распространения сведений и их порочащий характер.

По нашему мнению, суду нужно подвергнуть анализу оспариваемую ситуацию, для установления факта содержания в информации, которая была распространена наличие сведений порочащих деловую репутацию. Если суд пришел к выводу, что информация была распространена, то в таком случае необходимо установить достоверна ли информация или же она является ложной. Для правильного понимания текста суд может обратиться к помощи

лица обладающего специальными знаниями для проведения лингвистической экспертизы.

Мы считаем, что разрешая споры о защите деловой репутации, судьям необходимо обеспечить равновесие, где с одной стороны находится право юридических лиц на защиту деловой репутации, а с другой иные конституционные права и свободы граждан, свобода слова и мыслей, право приобретать, передавать и распространять информацию любым законным способом. 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

Третья глава под названием «Проблемные вопросы в сфере защиты права на деловую репутацию юридического лица» содержит два параграфа, которые посвящены проблематике защиты права юридического лица на деловую репутацию, а также гражданской ответственности за нарушение права юридического лица на деловую репутацию.

В первом параграфе третьей главы «Основные проблемы защиты права юридического лица на деловую репутацию» рассматриваются коллизии и пробелы в законодательстве касающиеся защиты деловой репутации.

Мы выявили правовую коллизию, при которой не может быть реализован такой способ защиты как «извинение». То есть, данный способ не может быть реализован в качестве вынесения решения по делу о защите деловой репутации, однако он может быть закреплён в качестве одного из условий мирового соглашения. Мы видим решение данной проблемы в том, чтобы закрепить в п. 9 ст. 152 ГК РФ извинение за распространение порочащих деловую репутацию юридического лица сведений в качестве способа защиты нарушенного права.

Мы отмечаем, в данном параграфе следует оформить вывод из вышесказанного: самостоятельным механизмом защиты деловой репутации юридического лица, помимо положений, закреплённых в ст. 15 и 152 ГК РФ,

должна стать и компенсация репутационного вреда, так как причиненный вред является следствием умысла и искажает объективную общественно-социальную оценку субъекта, как участника гражданских отношений.

Подчеркиваем, что в настоящее время основным способом защиты репутации деловых лиц, являются положения, предусмотренные ст.15 и 152 ГК РФ, а именно опровержение порочащих сведений и возмещение понесенных убытков. Прежде всего они направлены на восстановление попорченной репутации и возвращению ее в первоначальное состояние, но при этом если проводить объективный анализ, не в полной мере последующее опровержение может восстановить деловую репутацию, поскольку у респондентов и получателей информации, может остаться негативное восприятие, с учетом скептического отношения к опровержениям. Правовой механизм, обеспечивающий защиту нематериальных благ и неимущественных прав, давно уже нуждается в обновлении, путем привнесения в него превентивного способа защиты, в виде четко определенного возмещения репутационного вреда, который в отличие от достаточно трудно доказуемого морального вреда, подлежит оценочным действиям.

Второй параграф третьей главы освещает вопрос о механизме защиты, предусмотренном ст. 152 ГК РФ, в виде опровержения порочащих сведений, который является основным методом защиты. Однако часто его бывает недостаточно для восстановления деловой репутации до прежнего состояния, покрытия причиненного ущерба и возлагают соразмерную ответственность. В целях обеспечения превентивной функции правового механизма, обеспечивающего неприкосновенность права на неприкосновенность репутации компании, практика арбитражных судов предусматривает возможность возмещения причиненного ущерба репутации юридического лица.

Само по себе возмещение ущерба, нанесенного корпоративной репутации, является судебной и арбитражной практикой, независимо разработанной Российской Федерацией как наиболее подходящий способ противодействия распространению дискредитирующей информации в случае, если она изначально является действительно ложной и направлена на причинение вреда репутации. В какой-то степени этот метод является отсылкой к статье 151 ГК РФ, которая служит своеобразным аналогом компенсации морального вреда, но в силу сложившейся традиции и существующей буквы закона данное положение распространяется только на физических лиц.

Однако в процессе исследования судебной практики, мы пришли к выводу о том, что арбитражные суды допускают возможность компенсации за причиненный ущерб деловой репутации. Принятие решения в пользу юридического лица зависит от того предоставит ли оно доказательства, которые отвечают общим требованиям защиты деловой репутации, а также следует подчеркнуть, что присуждение компенсации не будет компенсацией за ущерб репутации, но будет компенсацией за полученный финансовый ущерб и связанную с этим упущенную выгоду.