



УДК 343.97

DOI: 10.25688/2076-9113.2023.49.1.06

С. А. Иванова

Финансовый университет при Правительстве РФ,

Москва, Российская Федерация

E-mail: ivanovasal@yandex.ru

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕ СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

Аннотация. В статье рассматриваются гражданско-правовые способы защиты деловой репутации юридического лица, предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации. В качестве проблемных аспектов были обозначены дискуссионные в научном сообществе вопросы о том, обладают ли правом на защиту деловой репутации некоммерческие организации, органы публичной власти и публично-правовые образования; выявлены проблемы правового регулирования защиты деловой репутации юридических лиц в сети Интернет. Сделан вывод, что действующее законодательство Российской Федерации предоставляет достаточно широкий спектр способов защиты деловой репутации юридических лиц от посягательств на нее в сети Интернет. При этом наиболее понятным и, как следствие, распространенным среди них является иск о защите деловой репутации.

Ключевые слова: деловая репутация; порочащие сведения; опровержение недостоверных сведений; возмещение убытков; репутационный вред; защита деловой репутации в сети Интернет.

UDC 343.97

DOI: 10.25688/2076-9113.2023.49.1.06

S. A. Ivanova

Financial University from Russian Government,

Moscow, Russian Federation

E-mail: ivanovasal@yandex.ru

CIVIL LAW WAYS TO PROTECT THE BUSINESS REPUTATION OF LEGAL ENTITIES

Abstract. The article discusses civil law ways to protect the business reputation of a legal entity, provided for by the current legislation of the Russian Federation. Debatable questions in the scientific community were identified as problematic aspects to find out whether non-profit organizations, public authorities and public legal entities have the right to protect their business reputation; the problems of legal regulation of the protection of the business reputation of legal entities in the Internet are identified. It is concluded that the current legislation of the Russian Federation provides a fairly wide range of ways to protect the business reputation of legal entities from infringement in the Internet. At the same time, the most understandable and, as a result, common among them is a claim for the protection of business reputation.

Keywords: business reputation; discrediting information; refutation of false information; compensation for damages; reputational damage; protection of business reputation in the Internet.

Введение

В условиях рыночной экономики и свободы предпринимательской деятельности важнейшим конкурентным преимуществом юридических лиц на рынке является их деловая репутация. Деловая репутация признается ценным активом, поскольку оказывает значительное влияние на формирование базы контрагентов, заключение государственных контрактов, привлечение стратегов-инвесторов, рост чистой прибыли компании за счет увеличения числа договорных правоотношений, получение заемных денежных средств. В настоящий момент деловую репутацию как экономический ресурс можно поименовать фактором производства наряду с трудом, капиталом, информацией и предпринимательскими способностями.

Вместе с тем остается большое количество не решенных на законодательном уровне и катализируемых судебной практикой проблем в сфере защиты деловой репутации юридических лиц от диффамации.

Методы

При исследовании данной проблемы автор опирался на такие сложившиеся в практике научного исследования методы, как общенаучные методы познания

(аналитический и синтаксические методы), метод обобщения, метод системного анализа правовых явлений, а также специально юридические методы: историко-правовой, сравнительно-правовой, структурно-функциональный метод.

Основная часть

Для успешной деятельности компании имеет определяющее значение «незапятнанность его моральной и общественной репутации» [6, с. 7], на отказ в применении к нарушителям данного нематериального блага мер принудительного воздействия законодатель не имеет никаких оснований.

Право на защиту деловой репутации организации является самостоятельным субъективным правом, квалифицируемым как закрепленная возможность использования предусмотренных законом способов правовой защиты деловой репутации с целью восстановления нарушенного права.

В настоящий момент весьма дискуссионным является вопрос о субъектном составе обладателей права на защиту деловой репутации юридического лица. Ряд авторов, а именно: М. Н. Малеина, М. А. Рожкова, Ю. З. Сахапов [4, с. 19; 8, с. 58; 10, с. 105] — полагают, что право на защиту деловой репутации принадлежит только лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность. Напротив, Е. А. Суханов, О. Н. Садиков убеждены в том, что защиты деловой репутации вправе требовать все субъекты, занимающиеся каким бы то ни было видом профессиональной деятельности [9, с. 896; 3, с. 334].

Второй подход представляется более корректным. Ни действующее законодательство, ни позиции Конституционного суда и Верховного суда Российской Федерации (далее — ВС РФ) не содержат ограничений на защиту деловой репутации, связанных со спецификой организационно-правовой формы (коммерческие или некоммерческие организации) того или иного юридического лица. Следовательно, правом на такую защиту обладают все субъекты без исключения, признаваемые в соответствии с законодательством юридическими лицами.

ВС РФ еще в 2015 году сделал однозначный вывод по вопросу о том, что деловая репутация может быть нарушена посредством распространения диффамационных сведений как о самой организации, так и путем распространения такой информации в отношении лиц, входящих в состав органов ее управления, а также работников организации¹. При этом важным аспектом является определение степени ассоциирования репутации руководителя (учредителя) юридического лица и общественной оценки деятельности данной

¹ Определение Судебной коллегии по экономическим спорам ВС РФ от 26.10.2015 № 307-ЭС15-5345 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.11.2022).

организации. К аналогичному выводу также пришли арбитражные суды нижестоящих инстанций².

Это связано с тем, что распространенные сведения могут и не иметь негативных последствий для деловой репутации самого юридического лица. Так, например, имеются случаи отказов в удовлетворении исковых требований о защите деловой репутации в связи с тем, что спорная публикация не создает в глазах потребителей и контрагентов впечатления о единстве интересов компании и ее руководства³ или в связи с тем, что распространенные сведения касались неэтичного поведения руководителя организации в личной жизни и не имели отношения к осуществлению юридическим лицом предпринимательской деятельности⁴. При этом отказ в защите деловой репутации организации не лишает ее руководителя реализовать свое право на судебную защиту в качестве физического лица и привлечь к ответственности нарушителя за распространение порочащих сведений.

Если рассматривать деловую репутацию в узком смысле (как принадлежность лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность), возникает весьма справедливый вопрос о том, как защитить свою деловую репутацию иным субъектам в условиях, когда закон не оперирует таким понятием, как «профессиональная (служебная) репутация».

Н. Г. Фроловский верно полагает, что характер деятельности юридического лица не должен иметь влияния на наличие у компании права на защиту ее деловой репутации [12, с. 49].

Ввиду сложившейся в Российской Федерации государственно ориентированной структуры экономики актуальность приобретает вопрос о праве государственных и муниципальных органов на защиту деловой репутации.

Авторы, придерживающиеся широкого толкования деловой репутации, признают органы публичной власти носителями деловой репутации. Так, например, Н. Н. Парыгина и Е. В. Гаврилов считают, что органы государственной власти и местного самоуправления обладают деловой репутацией, поскольку являются участниками гражданского оборота и попадают под действие режима

² Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 26.01.2021 № Ф07-15191/2020 по делу № А56-128975/2019 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022); Постановления Первого арбитражного апелляционного суда от 22.09.2020 № 01АП-4465/2020 по делу № А79-8588/2019 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022); Постановления Первого арбитражного апелляционного суда от 22.09.2020 № 01АП-4465/2020 по делу № А79-8588/2019 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022).

³ Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 09.07.2019 № Ф03-2735/2019 по делу № А24-5748/2018 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.03.2022).

⁴ Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 29.09.2015 № Ф07-6927/2015 по делу № А56-75017/2014 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.03.2022).

правового регулирования, предусмотренного для юридических лиц [5, с. 35; 1, с. 67]. Анализ ст. 124 ГК РФ позволяет сделать тот же вывод: публичные образования в соответствующих правоотношениях приравниваются к конкретному виду юридических лиц и, следовательно, на них распространяются общие положения о защите деловой репутации организаций (ст. 152 ГК РФ).

Поводом для инициирования дел о защите деловой репутации в основном является распространение диффамационных сведений в отношении органов публичной власти о нарушении ими порядка управления публичной собственностью, противоправных действиях в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, неисполнении финансово-экономических обязательств. В большинстве случаев и правоприменительная практика идет по пути признания права на защиту деловой репутации за органами государственной власти и местного самоуправления⁵.

Проблемой в рассматриваемой области также является сложный состав доказывания распространения недостоверных порочащих сведений в отношении публичного субъекта, вследствие чего заинтересованному лицу не всегда удается добиться защиты деловой репутации в судебном порядке (п. 6 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» — далее: Постановление ВС РФ № 3)⁶. Связано это с тем, что распространенные сведения часто признаются выражением субъективного мнения привлеченного ответчика.

В доктринальных источниках находим подход, согласно которому публично-правовые образования, в силу своей особой правосубъектности, не обладают правом на защиту деловой репутации, так как их нельзя отнести ни к субъектам предпринимательства, ни к участникам профессиональных правоотношений в какой-либо сфере [2, с. 28].

Данный тезис представляется сомнительным, поскольку, как было отмечено ранее, к публично-правовым образованиям применяются нормы, опосредующие участие юридических лиц в гражданско-правовых отношениях (ст. 124 ГК РФ).

В таком случае органы государственной власти и местного самоуправления могут выступить истцом в судебном процессе для защиты репутации публично-правового образования, от имени и в интересах которого они действуют (например, в случае распространения порочащих сведений о нецелевом

⁵ Постановление Свердловского областного суда от 15.02.2018 по делу № 33-2463/2018 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.04.2022); Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 23.09.1999 № 46 «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации». П. 12 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.11.2022).

⁶ Бюллетень Верховного Суда РФ. № 4. 2005 [Электронный ресурс]. URL: <https://supcourt.ru/documents/newsletters/?category=2005>

расходовании органом местного самоуправления средств межбюджетных трансфертов, предоставленных муниципальному бюджету).

Перечень специальных способов защиты деловой репутации юридических лиц закреплен в ст. 152 ГК РФ. Также способы защиты деловой репутации установлены Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «Об информации, информационных технологиях и защите информации» и Законом РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022) «О средствах массовой информации» (далее — Закон № 2124-1).

Способом защиты деловой репутации юридического лица, часто встречающимся на практике, является требование об опровержении недостоверных порочащих сведений.

В силу п.п. 1 и 11 ст. 152 ГК РФ юридическое лицо имеет право потребовать в судебном порядке опровержения порочащих его деловую репутацию сведений, если распространитель не докажет достоверность данных сведений. Сведения, порочащие деловую репутацию, распространенные в средствах массовой информации, подлежат опровержению в тех же средствах массовой информации.

Согласно п. 2 ст. 43 Закона РФ № 2124-1, если организация представила свой текст опровержения, публикации подлежит редакция опровержения пострадавшего лица. В случае, если диффамационные сведения были распространены через радио- или телепередачу, редакция соответствующей программы обязана предоставить возможность представителю организации, деловая репутация которой была опорочена, зачитать собственный текст и передать его в запись.

Самостоятельным вопросом, требующим исследования в ключе анализа рассматриваемого способа защиты деловой репутации, является определение разницы между удалением информации, пресечением и запрещением ее распространения. Удаление предполагает совершение комбинации операций, предназначенных для осуществления программными или аппаратными средствами необратимого удаления диффамационных данных, при этом экземпляры материальных носителей, содержащих указанные данные, остаются незатронутыми. Следует заметить, что фактически отсутствует отличие между пресечением и запрещением. На данный момент не установлено проблем в правоприменении, обусловленных неопределенностью законодательной формулировки и соотношения этих понятий, однако для целей общей превенции необходимо внести соответствующие изменения в п. 4 ст. 152 ГК РФ.

Согласно п.п. 9 и 11 ст. 152 ГК РФ юридическое лицо, в отношении которого были распространены недостоверные порочащие сведения, вправе потребовать также возмещения убытков, причиненных распространением таких сведений.

Убедительным доказательством по делам данной категории является использование консалтинговой или аудиторской оценки для подтверждения реальных убытков, понесенных организацией после распространения

порочащих сведений, а также для установления в суде размера упущенной выгоды. В качестве доказательств возникновения убытков и их размера в практике суду представляются следующие документы и информация: отчетные и бухгалтерские документы, свидетельствующие о снижении прибыли компании после распространения спорных сведений; данные о прибыли фирмы за аналогичный период до диффамации; переписка с контрагентами, отказавшимися от заключения договоров вследствие нанесения вреда имиджу компании и др.

Наиболее существенной проблемой рассматриваемого способа защиты деловой репутации является трудность доказывания убытков, причиненных диффамацией, в особенности убытков в виде упущенной выгоды. Это обусловлено тем, что не во всех сегментах предпринимательской деятельности можно отчетливо проследить снижение оборота организации вследствие распространения недостоверных порочащих сведений, ввиду того что на финансы компании влияет большая совокупность внутренних и внешних фактов, таких как сезонность, геополитическая обстановка и многих других. Следовательно, возмещение имущественного вреда далеко не всегда будет эффективным средством защиты деловой репутации юридического лица.

Следует обратить внимание на п. 10 ст. 152 ГК РФ, новеллу правового регулирования, согласно которому допускается защита деловой репутации от не соответствующих действительности, но не порочащих сведений (от «нейтральной» или «красивой» лжи). То есть защита деловой репутации возможна в случае распространения информации, которая не соответствует действительности, но не обладает порочащим признаком. При этом стоит отметить, что бремя доказывания в части установления факта несоответствия действительности в данном случае полностью ложится на истца. Огромное значение для защиты деловой репутации имеет п. 5 ст. 152 ГК РФ, новация 2013 года, позволившая требовать публикации опровержения сведений, распространенных через сеть Интернет, на сайтах и в социальных сетях.

Данное положение получило свое развитие в ст. 44 Федерального закона № 2124-1, который детально регламентировал порядок опровержения в средствах массовой информации, начиная от содержания и объема опровержения, заканчивая шрифтом текста опровержения и местом его размещения в печатном издании.

В практике защиты деловой репутации организации устоялись несколько форм реализации опровержения как способа защиты. К числу таких форм относятся: замена (отзыв) документа, исходящего от организации и содержащего диффамационные сведения; обнародование (например, публичное изложение, сообщение в эфир), т. е. выполнение действий, делающих опровержение доступным для сведения определенного круга лиц; опубликование (изложение содержания опровержения в текстуальной форме, зачастую включая публикацию судебного решения).

Примечательно, что в качестве формы опровержения отдельными учеными признается принесение извинения. Согласиться с подобным утверждением

не представляется возможным, поскольку принесение извинения не имеет своей целью оказать влияние на формирование общественного мнения для реабилитации опороченной деловой репутации пострадавшего лица. Самостоятельным способом защиты деловой репутации поименовать извинение также нельзя, вместе с тем в судебной практике имеются случаи вынесения решений с возложением на ответчика обязанности принести истцу за распространение недостоверных порочащих сведений извинение.

Справедливым видится замечание Г. М. Резника о том, что обязанность принесения пострадавшей стороне извинения за диффамацию, установленная судебным решением, можно охарактеризовать не иначе как юридическим ляпом, допускаемым судьями при разрешении споров данной категории.

Действительно, ВС РФ указал, что извинение как способ судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации законодательством не предусмотрено, поэтому суд не вправе обязывать ответчиков принести истцам извинения в той или иной форме. При этом допускается включение соответствующей обязанности в содержание мирового соглашения, заключаемого сторонами судебного спора (п. 18 Постановления ВС РФ № 3).

Опровержение как способ защиты деловой репутации юридических лиц имеет определенные недостатки, индикатором которых является правоприменительная практика: опровержение может быть доведено до сведения не всего круга лиц, которые осведомлены о содержании диффамационной информации; опровержение может не изменить общественное мнение о лице, деловая репутация которого была опорочена; опровержение не имеет экономической компенсационной функции и не сможет возместить финансовые потери пострадавшего юридического лица.

Следовательно, опровержение выступит эффективным способом защиты только в комбинации с другими правовыми механизмами, предусмотренными законом, а также только в том случае, если его применение является результатом судебного разрешения дела, так как приобщение текста судебного акта или отсылка к его наличию с большей долей вероятности поможет достичь организации целей защиты деловой репутации.

Опубликование ответа истцом в том же средстве массовой информации (наряду с опровержением диффамационной информации) рассматривается как отдельный способ защиты деловой репутации, имеющий восстановительную направленность в отношении нарушенного права. Так, организация, деловая репутация которой была нарушена, при помощи реализации права на ответ может обосновать несостоятельность распространенных суждений, предложив их другую оценку (п. 2 ст. 152 ГК РФ).

Сфера применения права на ответ гораздо шире опровержения, поскольку при публикации ответа отсутствует необходимость доказывания порочащего характера распространенных сведений и несоответствия их действительности. Именно ответ становится в некоторых случаях единственно возможным способом защитить свои интересы, поскольку распространенные сведения

иногда являются оценочными суждениями, а не утверждениями о фактах, и не могут выступить предметом судебного спора.

Представляется, что опубликование ответа в средстве массовой информации является достаточно эффективным способом защиты деловой репутации организации, так как его реализация допускается в отношении широкого спектра распространенных сведений. Разумное и добросовестное применение права на публикацию ответа позволяет обеспечивать защиту таких важных демократических ценностей, как свободный обмен мнений, воззрений, открытая дискуссия. При этом рассматриваемый правовой механизм невозможно применить в тех ситуациях, когда сведения были распространены лицом, не зарегистрированным в соответствии с законодательством в качестве средства массовой информации, что, безусловно, может рассматриваться в качестве недостатка данного способа защиты в связи с ограниченной областью его применения.

Вопросы защиты деловой репутации юридического лица в сети Интернет представляют особый интерес. Интернет-технологии широко используются для причинения репутационного вреда юридическому лицу-конкуренту, являясь мощным инструментом в корпоративных войнах. Действительно, в силу своей специфики, которая заключается в неограниченном (бесконтрольном) распространении информации, интернет-источники стали востребованным местом для распространения диффамации.

Внесудебный способ защиты деловой репутации организации от диффамационной информации, распространенной в сети Интернет заключается в направлении администратору сайта требования об удалении информации. Добиться удаления диффамационной информации будет весьма затруднительно, поскольку, если не будет доказано, что администратор сайта мог определить недостоверность информации, на него не может быть возложена ответственность за отказ удалить соответствующую информацию до принятия судебного решения⁷. Администраторы сайтов при отказе в удалении соответствующей информации, как правило, ссылаются на отсутствие судебного решения [13].

Другим способом, реализуемым также во внесудебном порядке, является направление требований о прекращении выдачи ссылок в сети Интернет операторам поисковых систем.

Еще один достаточно редко встречающийся в практике способ защиты — обращение в прокуратуру с заявлением об ограничении доступа к информации в сети Интернет в случае, если распространенная информация потенциально может затруднить функционирование объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, промышленности, связи, энергетики.

⁷ Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016) [Электронный ресурс] // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 10. 2016. П. 16. URL: <https://www.vsrfr.ru/documents/newsletters/4662/>

Лица, в отношении которых порочащая информация была распространена сетевым изданием, обладают правом использовать все специальные способы защиты, предоставленные законодательством в отношении печатных и других средств массовой информации.

Необходимо обратить внимание, что ответчиками по делам исследуемой категории в случае распространения порочащих сведений сетевыми средствами массовой информации выступают автор материала и редакция соответствующего сетевого издания, а также его учредитель, если редакция данного средства массовой информации не зарегистрирована как юридическое лицо.

Судебная практика в исследуемом вопросе приходит к выводу о том, что регистрация сайта в качестве средства массовой информации обуславливает ответственность администратора домена за все размещенные на сайте диффамационные сведения вне зависимости от наличия вины⁸.

Нередки случаи, когда диффамация о лице была распространена в виде комментария или отзыва на форуме к материалам, опубликованным в сетевом средстве массовой информации. Верховный суд РФ разъяснил, что если на сайте в сети Интернет, зарегистрированном в качестве средства массовой информации, комментарии читателей размещаются без предварительного редактирования (например, на форуме читателей материалов такого сайта), то в отношении содержания этих комментариев следует применять правила, установленные п. 5 ч. 1 ст. 57 Федерального закона № 2124-ФЗ для авторских произведений, идущих в эфир без предварительной записи, а именно освобождение редакции средства массовой информации от ответственности⁹. На основании изложенного можно сделать вывод о том, что в случае, если диффамация была распространена в виде комментария к материалу (статье, видео-, аудиозаписи) сетевого издания без предварительного редактирования данного комментария сетевым средством массовой информации, то данное издание освобождается от ответственности и является ненадлежащим ответчиком за публикацию диффамации.

Необходимо отметить, что далеко не все сайты зарегистрированы в качестве сетевых изданий. Интерес представляет вопрос о том, является ли администратор домена надлежащим ответчиком по делам о защите деловой репутации, т. е. является ли он лицом, ответственным за распространение диффамации на сайте, не зарегистрированном в качестве средства массовой информации.

Судебная практика в данном вопросе неоднозначна. Некоторые суды приходят к выводу о том, что если информация распространена на сайте

⁸ Определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 19.05.2020 по делу № 88-6509/2020 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.12.2022).

⁹ О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) [Электронный ресурс] // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 8. 2010. П. 23. URL: <https://www.vsrif.ru/documents/newsletters/1798/>

и идентифицировать пользователя, разместившего указанную информацию, невозможно, то ответственность должна быть возложена на владельца сайта, поскольку именно владелец сайта создал техническую возможность для анонимного присутствия, при этом неважно, каким образом порочащие деловую репутацию сведения оказались на его интернет-сайте.

Фактическое использование ресурсов сайта, на котором распространяются сведения, порочащие деловую репутацию, невозможно без участия в той или иной форме администратора домена, владеющего паролем для размещения информации по соответствующему доменному имени в интернет-сайте¹⁰.

Другие же суды полагают, что владелец сайта, на котором иным лицом размещена та или иная информация, несет ответственность за отсутствие действий по ее удалению только в случае неисполнения решения суда и, не являясь ее автором, не должен нести ответственность в виде компенсации вреда за созданный другим лицом контент¹¹.

Ввиду отсутствия вины (как элемента субъективной стороны состава правонарушения), а также на основании принципа, в силу которого ответственность за распространение диффамации несет сам правонарушитель, у судов отсутствуют правовые основания для привлечения к ответственности по делам данной категории владельца сайта, на котором третьим лицом или анонимно были распространены порочащие комментарии или отзывы. Считаем также, что привлечение владельца сайта за распространенную на его сайте третьими лицами диффамацию в форме комментариев или отзывов на форуме является невозможным в силу того, что владелец сайта самостоятельно не может установить порочащий признак указанной информации.

Также возникает вопрос о том, возможно ли привлечь к гражданско-правовой ответственности за распространение недостоверных порочащих сведений поисковые системы («Яндекс», Google и др.). Правоприменительная практика сводится к тому, что поисковые сервисы не осуществляют распространение информации, а предоставляют пользователям услуги поиска информации, размещенной третьими лицами в сети Интернет. Если поисковая система не является ни правообладателем, ни автором информации, которая, по мнению истца, нанесла ущерб его деловой репутации, привлечь к ответственности за распространение диффамационных сведений поисковую систему нельзя [14, с. 58].

Действительно, в силу своей организационной специфики поисковые системы не являются авторами и распространителями диффамации, а лишь предоставляют услуги поиска информации в соответствии с введенными

¹⁰ Апелляционное определение Московского городского суда от 18.11.2021 по делу № 33-4 5905/2021 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.12.2022).

¹¹ Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 15.12.2020 № Ф03-5175/2020 по делу № А73-644/2020 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.12.2022).

в поисковую систему запросами. Поисковая система не может оценивать характер информации всех проиндексированных страниц.

Следовательно, в случаях, когда поисковая система выступает в качестве поставщика услуг по поиску информации в Сети, она не может являться надлежащим ответчиком по делам о защите деловой репутации. Однако же в тех случаях, когда на интернет-странице поисковой системы публикуются новости или же другие материалы, как, например, в разделе «Яндекс.Новости», то в данном случае поисковая система выступает в качестве распространителя информации и может быть привлечена к ответственности за распространение диффамации.

В случае, когда распространителя диффамационных сведений установить невозможно, суд в указанном случае вправе по заявлению заинтересованного лица признать распространенные в отношении него сведения не соответствующими действительности порочащими сведениями. Такое заявление рассматривается в порядке особого производства.

Заключение

Гражданско-правовые способы защиты деловой репутации направлены, прежде всего, на пресечение причинения имущественного ущерба и компенсацию потерь, которые уже были понесены организацией. Можно резюмировать наличие у органов государственной власти, органов местного самоуправления и публично-правовых образований право на защиту деловой репутации.

Сравнительно новым способом защиты деловой репутации является удаление диффамационной информации, а также пресечение или запрещение ее дальнейшего распространения посредством изъятия и бескомпенсационного уничтожения материальных носителей такой информации, если уничтожение является единственно возможным механизмом удаления соответствующих сведений. Реализация данного способа защиты становится возможной при широкой известности недостоверных порочащих сведений после их распространения и неэффективности в связи с этим применения опровержения.

Основными проблемами практического применения вышеуказанного способа выступают субъективизм и расплывчатость такой категории, как «широкая известность», влекущие невозможность рассмотрения спора без применения судейского усмотрения и разрозненность вследствие этого правоприменительной практики, а также проблема доказывания невозможности до всеобщего сведения опровержения порочащей информации. Данные вопросы требуют разъяснений и конкретизации со стороны ВС РФ. Применительно к деловой репутации защита будет эффективна только в случае применения комбинации правовых средств, реализация которых возможна с учетом конкретных обстоятельств дела.

Действующее законодательство Российской Федерации предоставляет достаточно широкий спектр способов защиты деловой репутации юридических лиц

от посягательств на нее в сети Интернет. При этом наиболее понятным и, как следствие, распространенным среди них является иск о защите деловой репутации. Отчасти это обусловлено тем, что внесудебные способы защиты, как правило, ориентированы на физических лиц и не устанавливают прямой обязанности владельца сайта удалить порочащую информацию по требованию компании при отсутствии судебного решения. Как представляется, такое положение дел вызвано недостаточным пониманием природы правовых отношений, возникающих в сети Интернет. Остается надеяться, что по мере развития доктринальных взглядов в этой отрасли отечественное законодательство начнет в большей степени отвечать потребностям гражданского оборота.

Литература

1. Гаврилов Е. В. О праве на деловую репутацию органов публичной власти и публично-правовых образований // Арбитражные споры. 2019. № 2. С. 67–88.
2. Кархалев Д. Н. Охранительное правоотношение по защите чести, достоинства и деловой репутации лица // Арбитражный и гражданский процесс. 2010. № 1. С. 28–31.
3. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) / под ред. О. Н. Садикова. М.: ИНФРА-М, 1997. 777 с.
4. Малеина М. Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита. М.: МЗ Пресс, 2000. 242 с.
5. Парыгина Н. Н. Защита права на деловую репутацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по гражданскому законодательству Российской Федерации: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Омск: ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, 2017. 276 с.
6. Покровский И. А. Основные проблемы гражданского права. М.: Статут, 2009. 354 с.
7. Рожкова М. А. Два вопроса, возникающие при рассмотрении арбитражными судами дел о защите деловой репутации: оспаривание оценочного мнения и компенсация репутационного ущерба // Закон. 2009. № 12. С. 56–75.
8. Российское гражданское право: учебник: в 2 т. / отв. ред. Е. А. Суханов. Т. 1. М.: Статут, 2010. 958 с.
9. Сахапов Ю. З. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав и особенности ее гражданско-правовой защиты: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Казань, 2007. 193 с.
10. Фроловский Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица // Законы России: опыт, анализ, практика. 2012. № 4. С. 48–52.
11. Шевцов П. В. Защита деловой репутации юридических лиц в сети Интернет: практические аспекты / П. В. Шевцов, Л. Н. Мисник // Оборонно-промышленный комплекс: вопросы права. 2020. № 4 [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
12. Шичанин А. В. Некоторые вопросы правовой защиты авторских и личных неимущественных прав в сети Интернет / А. В. Шичанин, О. Д. Гривков // Право и экономика. 2021. № 8. С. 58–63.

Literatura

1. Gavrilov E. V. O prave na delovuyu reputaciyu organov publichnoj vlasti i publichno-pravovy`x obrazovanij // Arbitrazhny`e spory`. 2019. № 2. S. 67–88.
2. Karxalev D. N. Oхранitel`noe pravootnoshenie po zashhite chesti, dostoinstva i delovoj reputacii licza // Arbitrazhny`j i grazhdanskij process. 2010. № 1. S. 28–31.
3. Kommentarij k Grazhdanskomu kodeksu Rossijskoj Federacii, chasti pervoj (postatejny`j) / pod red. O. N. Sadikova. M.: INFRA-M, 1997. 777 s.
4. Maleina M. N. Lichny`e neimushhestvenny`e prava grazhdan: ponyatie, osushhestvlenie, zashhita. M.: MZ Press, 2000. 242 s.
5. Pary`gina N. N. Zashhita prava na delovuyu reputaciyu yuridicheskix licz i individualny`x predprinimatelej po grazhdanskomu zakonodatel`stvu Rossijskoj Federacii: dis. ... kand. jurid. nauk: 12.00.03. Omsk: OmGU im. F. M. Dostoevskogo, 2017. 276 s.
6. Pokrovskij I. A. Osnovny`e problemy` grazhdanskogo prava. M.: Statut, 2009. 354 s.
7. Rozhkova M. A. Dva voprosa, vznikayushhie pri rassmotrenii arbitrazhny`mi sudami del o zashhite delovoj reputacii: osparivanie ocnocnogo mneniya i kompensaciya reputacionnogo ushherba // Zakon. 2009. № 12. S. 56–75.
8. Rossijskoe grazhdanskoe pravo: uchebnik / otv. red. E. A. Suxanov. V 2 t. M.: Statut, 2010. T. 1. 958 s.
9. Saxapov Yu. Z. Delovaya reputaciya sub`ektov predprinimatel`skoj deyatel`nosti v sisteme ob`ektov grazhdanskix prav i osobnosti ee grazhdansko-pravovoj zashhity`: dis. ... kand. jurid. nauk: 12.00.03. Kazan`, 2007. 193 s.
10. Frolovskij N. G. Zashhita delovoj reputacii yuridicheskogo licza // Zakony` Rossii: opy`t, analiz, praktika. 2012. № 4. S. 48–52.
11. Shevczov P. V. Zashhita delovoj reputacii yuridicheskix licz v seti Internet: prakticheskie aspekty` / P. V. Shevczov, L. N. Misnik // Oboronno-promy`shlenny`j kompleks: voprosy` prava. 2020. № 4 // CPS «Konsul`tant.Plyus» [E`lektronny`j resurs]. URL: <http://www.consultant.ru> (data obrashheniya: 25.11.2022).
12. Shichanin A. V. Nekotory`e voprosy` pravovoj zashhity` avtorskix i lichny`x neimushhestvenny`x prav v seti Internet / A. V. Shichanin, O. D. Grivkov // Pravo i e`konomika. 2021. № 8. S. 58–63.

Статья поступила в редакцию: 04.12.2022;
одобрена после рецензирования: 21.12.2022;
принята к публикации: 26.12.2022.

The article was submitted: 04.12.2022;
approved after reviewing: 21.12.2022;
accepted for publication: 26.12.2022.