

Акопьянц Т.С. Защита деловой репутации // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №3 (март). – АРТ 290-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 34.096

Акопьянц Татьяна Сергеевна

студентка 4 курса, юридический факультет
научный руководитель: Колесник В.В., к.ю.н.

ФГБОУ ВО «РГУП» Ростовский филиал
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

e-mail: mtanyaaa000@gmail.com

ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены понятие деловой репутации и способы ее защиты, субъекты деловой репутации, понятие сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц.

Ключевые слова: деловая репутация, субъекты деловой репутации, сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц.

Akopyants Tatiana

4th year student, faculty of law

Supervisor: Kolesnyk V. V., candidate of law

FGBOU VPO "RGUP" Rostov branch

Rostov-on-don, Russian Federation

THE PROTECTION OF BUSINESS REPUTATION

Abstract: The article deals with the concept of business reputation and ways to protect it, the subjects of business reputation, the concept of information discrediting the honor and dignity of citizens or business reputation of citizens and legal entities.

Keywords: business reputation, subjects of business reputation, information discrediting the honor and dignity of citizens or business reputation of citizens and legal entities.

В условиях развития свободы экономических связей субъектов предпринимательской деятельности и рыночной экономики важной характеристикой юридического лица или индивидуального предпринимателя считается его деловая репутация. Сохранение доброго имени на соответствующем уровне принимает особое значение, поскольку именно от него зависит реальное экономическое благополучие хозяйствующего субъекта.

И так, проблемы защиты деловой репутации так или иначе касаются каждого субъекта гражданского оборота, которые начинают использовать данный способ защиты довольно активно.

На сегодняшний день гражданско-правовая защита деловой репутации предусматривается ст. 152 ГК РФ. При разрешении споров обозначенной категории суды применяют данную норму права с учетом требований ст. 29 Конституции РФ. Гражданский кодекс Российской Федерации определяет деловую репутацию юридических лиц к группе нематериальных благ.

Сам институт деловой репутации узаконен относительно недавно, положения же ст. 152 ГК РФ недостаточно детализированы, поэтому суды сталкиваются с некоторыми сложностями при применении норм о защите деловой репутации юридических лиц.

В статье 150 ГК РФ "Нематериальные блага" наряду с такими благами как жизнь, здоровье, личная неприкосновенность, право свободного передвижения и др. законодатель указывает и деловую репутацию. В данной статье обозначена неотчуждаемость и непередаваемость таких прав.

Распространять понятие деловой репутации на всех субъектов бессмысленно, т. к. в предпринимательском обороте деловая репутация обладает определенной спецификой.

Физические лица, не осуществляющие предпринимательскую деятельность, обладают деловой репутацией, но эта репутация имеет несколько другую природу. Для обозначения их деловой репутации необходимо было бы использовать иное понятие. В этой же статье 150 ГК РФ упоминается понятие "доброе имя" вместе с понятием "честь". И тогда, следует четко разграничивать честь, достоинство, доброе имя и деловая репутация. Честь - оценка личности обществом, а достоинство - внутренняя самооценка личности. Данные понятия рождаются вместе с появлением субъекта. Деловая репутация и доброе имя не возникают так, а представляют собой создавшееся с течением времени мнение публики. Если же честь и достоинство - универсальные категории, то деловая репутация ограничивается определенной сферой хозяйственной деятельности.

И тогда, стоит употреблять термин "деловая репутация" в отношении юридических лиц, а также граждан - индивидуальных предпринимателей. Что касается других физических лиц, будет более применим термин "доброе имя".

Круг субъектов деловой репутации должен быть уточнен на законодательном уровне.

В соответствии с п. 1 ст. 152 ГК РФ у истца есть право требовать опровержения порочащих его деловую репутацию сведений. Данная норма не содержит необходимых определений для понимания явления и данного института определения. Однако эти понятия можно найти в другом документе, а именно в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ N 3 от 24 февраля 2005 г. "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц".

Под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, можно понимать опубликование таких сведений в печати, их трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу.

Не соответствующими действительности сведениями признаются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения.

Порочащими считаются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении предпринимательской деятельности, нарушении деловой

этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

Безусловно, наиболее удачной формой защиты нарушенного права организации на деловую репутацию является судебная защита.

Нужно учесть, что судебные инстанции, при разрешении споров о защите чести, достоинства и деловой репутации руководствуются не только нормами российского законодательства (ст. 152 ГК РФ), но и в силу ст. 1 Федерального закона от 30 марта 1998 г. N 54-ФЗ "О ратификации Конвенции о защите прав человека и основных свобод и Протоколов к ней" учитывают правовую позицию Европейского суда по правам человека, которая выражена в его постановлениях и касается вопросов толкования и применения данной конвенции.

Как мы знаем, дела о защите деловой репутации в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности не подведомственны судам общей юрисдикции.

Если же сторонами спора о защите деловой репутации будут юр. лица или индивидуальные предприниматели в иной сфере, не относящейся к предпринимательской и иной экономической деятельности, то данный спор подведомствен суду общей юрисдикции.

Существуют следующие варианты способов защиты.

1. Признание распространенных сведений не соответствующими действительности, порочащими деловую репутацию.
2. Опровержение распространенных сведений.
3. Обязать направить письмо третьему лицу, в случае если недостоверные сведения, порочащие деловую репутацию юридического лица, были направлены письмом такому третьему лицу.

При всем этом заинтересованное лицо имеет право в судебном порядке требовать опровержения средством массовой информации сведений, порочащих его деловую репутацию, без предварительного обращения к нему с таким требованием.

Огромную дискуссию порождает вопрос о возможности взыскания нематериального вреда в виде денежной компенсации за распространение ответчиком сведений, умаляющих деловую репутацию юридического лица.

Особым порядком опровержения недостоверной информации можно считать публикацию судебного решения по спорам о защите деловой репутации.

Разберем это на примере. Истец требовал суд взыскать 150 000 руб. денежной компенсации за незаконное использование его товарного знака и заставить ответчика опубликовать решение арбитражного суда по делу в федеральном выпуске газеты для восстановления деловой репутации.

И первая, и вторая судебные инстанции отказали в удовлетворении иска, так как для взыскания компенсации нужно наличие прав владельца товарного знака на момент рассмотрения спора в суде первой инстанции либо угрозы нарушения этих прав в будущем. В отношении требования об опубликовании решения арбитражный суд отказался высказываться.

Однако суд кассационной инстанции отменил эти судебные акты как основанные на неправильном толковании п. 4 ст. 46 Закона "О товарных знаках". Для защиты данного нарушенного права выбранным истцом способом достаточно лишь самого факта нарушения исключительного права, что сторонами не оспаривалось.

В новом рассмотрении дела суду предложено рассмотреть и оценить все предоставленные сторонами доказательства; принять решение по каждому заявленному требованию.

Стоит отметить, что по делам о защите деловой репутации законодательством РФ закреплена презумпция виновности лица, распространившего эти порочащие сведения, именно поэтому обязанность доказывать соответствие действительности распространенных сведений лежит полностью на ответчике, то есть на том, кто эти сведения распространил. Однако истец обязан лишь доказать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлены требования, а также порочащий характер этих сведений.

Статья 152 ГК РФ регламентирует последовательность применения следующих способов защиты:

- опровержение порочащих сведений;
- публикация ответа в СМИ;
- возмещение убытков;
- компенсация морального вреда;
- признание распространенных сведений не соответствующими действительности.

Нужно помнить, что защита деловой репутации организации может быть применена не только перечисленными способами, но и в административном порядке. Примером этому может быть полномочие федерального антимонопольного органа, которое закреплено ст.29 Закона "О рекламе". Если факт нарушения будет установлен, то этот орган обязывает нарушителя создать контррекламу в установленный срок в полном объеме и за свой счет посредством того же средства распространения, с использованием тех же характеристик продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама. Однако использование этого способа защиты не лишает заинтересованное юридическое лицо права в общем порядке

предъявить в суд иск о защите своей деловой репутации, если же принятых мер оказалось недостаточно.

Таким образом, деловая репутация является одновременно гражданско-правовой и экономической категорией, основной предпосылкой успешной деятельности хозяйствующих субъектов.

Список использованной литературы:

1. Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. (в ред. от 25.03.2004 N 1-ФКЗ) // Российская газета. 1993. 25 дек. С. 3-6; Собрание законодательства Российской Федерации. 2004. N 13. Ст. 1110.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая : федеральный закон Российской Федерации от 30 нояб. 1994 г. N 51-ФЗ (в ред. от 03.01.2006 N 6-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. N 32. Ст. 3301 ; Российская газета. 2006. 11 янв. С. 11.
3. Апрыткина Г. С. Защита деловой репутации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей / Г. С. Апрыткина, Е. Г. Кислицын // Закон. 2007. N 7. С. 149-156.
4. Байша Ж. Ф. Предпринимательское право : учебное пособие / Ж. Ф. Байша. М.: Дашков и К', 2006. 207 с.
5. Дулясова М. Потеря деловой репутации / М. Дулясова, Т. Ханнанова, Е. Исламгалиева // Социальная защита. 2006. N8. Прил.: с. 23-25. Начало. Окончание: N 12. С. 18-20 (Безопасность и медицина труда).
6. Жолобова К. А. Споры о защите деловой репутации юридических лиц / К. А. Жолобова // Арбитражная практика. 2008. N 8. С. 3.
7. Олейникова Н. Защита деловой репутации / Н. Олейникова // Управление компанией. 2006. N 12. С. 58-62.
8. Предпринимательское право. Правовая защита бизнеса в России : учебное пособие / ред. Е. А. Павлов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 192 с. (Высшее профессиональное образование. Юриспруденция).
9. Сахапов Ю. З. Вопросы защиты деловой репутации и компенсации нематериального вреда / Ю. З. Сахапов // Арбитражная практика. 2006. N 6. С. 18-20.
10. Следь Ю. Уголовно-правовая охрана деловой репутации от актов недобросовестной конкуренции / Ю. Следь // Право и экономика. 2006. N 10. С. 100-102.

Дата поступления в редакцию: 29.03.2019 г.

Опубликовано: 29.03.2019 г.

**© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,
электронный журнал, 2019**

© Акопянц Т.С., 2019