Евразийская адвокатура. 2023. № 3 (62). С. 70.
Eurasian advocacy. 2023;(3(62)):70.

Актуальные проблемы адвокатской практики

Научная статья
УДК 347.965
doi 10.52068/2304-9839_2023_62_3_70

ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА В ИНТЕРНЕТЕ

СИНГЛЕЕВА Баира Анатольевна[1], ЖДАНОВ Станислав Константинович[2],
ПЕТРОВА Виктория Юрьевна[3], ОЛЧАНОВА Цаган Валерьевна[4], УСКОВА Альбина Станиславовна[5]
[1]Кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права юридического факультета Государственного университета просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10, стр. 1, Российская Федерация
[2]Магистр Государственного университета просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10, стр. 1, Российская Федерация
[3]Кандидат технических наук, доцент кафедры гражданского права юридического факультета Государственного университета просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10, стр. 1, Российская Федерация
[4]Кандидат исторических наук, доцент кафедры гражданского права Государственного университета просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10, стр. 1, Российская Федерация
[5]Кандидат юридических наук, доцент кафедры конституционного и муниципального права юридического факультета Государственного университета просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10, стр. 1, Российская Федерация

Аннотация: Авторы выявляют особенности защиты деловой репутации юридических лиц в сети «Интернет», определяя ключевые проблемные моменты. Статья направлена на выявление способов защиты вышеуказанных правовых категорий юридических лиц с учетом особенностей распространения информации в Интернете, а также возможных юридических последствий данных действий.

Ключевые слова: честь, сведения в Интернете, юридическое лицо, защита информации, деловая репутация, цифровые технологии, сведения, порочащие честь и достоинство, диффамация, Интернет, достоинство

Для цитирования: Синглеева Б.А., Жданов С.К., Петрова В.Ю., Олчанова Ц.В., Ускова А.С. Защита деловой репутации юридического лица в Интернете // Евразийская адвокатура. 2023. № 3(62). С. 70. https:// doi.org/10.52068/2304-9839_2023_62_3_70

Actual problems of advocacy practice

Original article

PROTECTION OF THE BUSINESS REPUTATION OF A LEGAL ENTITY ON THE INTERNET

SINGLEEVA Baira Anatolyevna[1], ZHDANOV Stanislav Konstantinovich[2],
PETROVA Victoria Yurievna[3], OLCHANOVA Tsagan Valeryevna[4], USKOVA Albina Stanislavovna[5]
[1]Candidate of Law, Associate Professor of the Faculty of Civil Law, Faculty of Law of the State University of Education
105005, Moscow, Radio str., 10A, p. 1, Russian Federation
[2]Master, State University of Education
105005, Moscow, Radio str., 10A, p. 1, Russian Federation
[3]Candidate of Technical sciences, Associate Professor of the Faculty of Civil Law, Faculty of Law of the State University of Education
105005, Moscow, Radio str., 10A, p. 1, Russian Federation
[4]Candidate of History, Associate Professor of the Department of Civil Law of State University of Education
105005, Moscow, Radio str., 10A, p. 1, Russian Federation
[5]Candidate of Law, Associate Professor of the Faculty of Constitutional and Municipal Law, Faculty of Law of the State University of Education
105005, Moscow, Radio str., 10A, p. 1, Russian Federation

© Синглеева Б.А., Жданов С.К., Петрова В.Ю., Олчанова Ц.В., Ускова А.С., 2023

Abstract: In this paper, the authors investigate the specifical of protecting the business quality of legal entities on the Internet, identifying key problematic points. This article is aimed at identifying ways to protect the business reputation, honor and dignity of legal entities, taking into account the peculiarities of information dissemination on the Internet, as well as possible legal consequences of these actions.

Keywords: honor, dignity, business reputation, information on the Internet, legal entity, information protection, digital technologies, information discrediting honor and dignity, defamation, Internet

For citation: Singleeva B.A., Zhdanov S.K., Petrova V.Yu., Olchanova Ts.V., Uskova A.S. Protection of the business reputation of a legal entity on the Internet = Eurasian advocacy. 2023;3(62):70. (In Russ.). https://doi.org/10.52068/2304-9839_2023_62_3_70

Актуальность выбранной тематики исследования обусловлена спецификой размещения и использования информации в сети «Интернет», а также необходимостью эффективной защиты и поддержания деловой репутации юридических лиц. Особенно важно предотвратить незаконное распространение третьими лицами информации, которая порочит честь и достоинство различных субъектов правоотношений.

В исследованиях отечественных авторов, как подчеркивают С.С. Шевцов и С.А. Киракосян, «бренд», «имидж» и «goodwill» являются основными составляющими понятия «деловая репутация» Данные категории тесно связаны между собой, однако лишь в комплексе могут отражать понятие «деловой репутации» [8]. Это обусловлено тем, что, к примеру, составляющие категории «бренд» будут являться предметом защиты права интеллектуальной собственности, а «имидж» и «goodwill» – термины социально-экономического плана, отражающие статус юридического лица на рынке поставщиков, а также в потребительской аудитории.

Конкретизация предмета и объекта права интеллектуальной собственности в различных источниках информации содержится в российском законодательстве. Несколько сложнее с выявлением лиц, нарушающих данные права в Интернете, где в большинстве случаев настоящие данные пользователей скрыты либо их достоверность подвергается сомнению. Кроме того, размещение информации в сети предполагает ее публичное использование, однако размещение тех данных и сведений, которые снижают статус деловой репутации юридического лица, не всегда возможно своевременно опровергнуть. Также маловероятно отследить использование открытой информации о юридических лицах в незаконных целях.

В связи с вышеуказанными противоречиями нами была конкретизирована цель исследования – изучение специфики защиты деловой репутации юридических лиц в сети «Интернет».

Объект работы – деловая репутация юридических лиц, предмет – защита репутации в Интернете.

Цель нашей работы будет достигнута при решении следующих исследовательских задач:

1. Конкретизация юридической категории «деловая репутация»;

2. Определение специфики содержания деловой репутации юридических лиц в Интернете;

3. Изучение способов и методов защиты деловой репутации юридических лиц в Интернете.

Данные задачи предполагают использование методологической базы исследования в виде публикаций современных авторов по тематике защиты чести и деловой репутации в РФ (Е.А. Амосов, А.Б. Джалсанов, А.А. Лапшин), конкретизации данной юридической категории в Интернете (А.Ю. Буйкин, Л.В. Магдилова, К.Т. Рагимханова), а также по проблемам защиты чести и достоинства в сети «Интернет» (Ю.С. Гокунь, С.А. Логачева и пр.). Важность тематики исследования подчеркивается еще и тем, что защита деловой репутации, чести и достоинства является неотъемлемым правом каждого человека, даже как участника юридического лица, и поэтому подлежит реализации в установленном законом порядке. Риск нарушения данных нематериальных прав в Интернете максимально велик, а способы их защиты могут быть недостаточно эффективны, так как опровергнуть недостоверные сведения своевременно и в полном объеме не всегда возможно. Именно поэтому необходимо не только совершенствовать законодательство, но и расширять правоприменительную практику защиты репутации юридических лиц в Интернете.

Юридическая категория «деловая репутация» в отечественной литературе

Правовая категория «деловая репутация» рассматривается в отечественной научной литературе с различных точек зрения, так как носит сложный, комплексный характер. Репутация юридического лица в сфере бизнеса формируется в течение достаточно длительного промежутка времени, а вот ее утрата возможна гораздо в более короткий период [8].

В ранний период развития нашего государства защита чести, достоинства как неотъемлемых

компонентов нынешней деловой репутации регламентировалась советским законодательством. Впервые закон определил защиту данных прав граждан в статье 7 Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик, которые вступили в действие в 1962 году, а затем конкретизировал ее в ст. 7 ГК РСФСР 1964 г.

В более поздний период граждане были наделены правом требований опровержения сведений, порочащих честь и достоинство, если подобные сведения не будут доказаны как достоверные [8]. По отношению к юридическим лицам данное право реализовать несколько сложнее, так как в исследовательской литературе нет однозначного ответа на вопрос о содержании ущемления права деловой репутации. К примеру, по мнению Е.А. Ковалева и В.Д. Шевчука, для юридического лица невозможно требовать возмещения морального вреда как последствия нарушений сведений о деловой репутации в контексте того, что моральный вред включает переживания: моральные и нравственные страдания. Безусловно, данные чувства и эмоции юридическое лицо испытать не может. При этом А.В. Шичанин, ссылаясь на п. 7 ст. 152 ГК РФ, определяет аналогию права юридических и физических лиц на защиту деловой репутации, так как юридическое лицо не может существовать без участия физических лиц, которые, конечно, таким правом обладают.

Также, как отмечает С.А. Логачева, очень сложно реализовать нормы гражданского законодательства Российской Федерации, которые регламентируют процедуру защиты нематериальных благ, не раскрывая содержание защищаемого блага [6]. В современном законодательстве, отмечает данный автор, отсутствует четкое понимание деловой репутации, а в соответствии с этим и перечень субъектов правоотношений, которые могут требовать защиты данного права.

Деловая репутация в контексте современной цифровизации общества – понятие достаточно динамичное и не имеющее четких рамок. Компания, фирма или иное юридическое лицо, самостоятельно размещая информацию в средствах массовой информации, в том числе сети «Интернет», могут формировать содержание репутации, границы, ее обозначающие.

Специфика содержания деловой репутации юридических лиц в Интернете

Исследуя понимание деловой репутации в современной юридической практике, необходимо обращать внимание на те сведения, которые снижают статус и репутацию, важные для юридического лица, особенно при размещении в сети «Интернет». Л.В. Магдилова и К.Т. Рагимханова определяют, что деловая репутация может носить как положительный, так и отрицательный характер, и ее содержание в средствах массовой информации определяется самим юридическим лицом [7].

Поэтому само право на защиту данной репутации является абсолютным, а не относительным, то есть распространяется на защиту от посягательства неопределенного круга субъектов, что так актуально для сети «Интернет», где пользователей бесчисленное множество.

Опираясь на исследования различных авторов (Е.А. Амосов, С.С. Шевцов, С.А. Киракосян и пр.), необходимо выделить признаки деловой репутации юридического лица, которые могут быть отражены и в Интернете:

1. Преобладание в данном понятии экономических элементов, что отражает возможности использования наименования, бренда, системы бонусов, рекламы и пр. в целях получения прибыли. Размещая информацию в сети «Интернет», представители юридического лица ожидают привлечения покупательской аудитории, возможных инвесторов, потенциальных партнеров. Поэтому все сведения, подаваемые субъектами предпринимательской и иной деятельности, априори являются достоверными и важными.

2. Деловую репутацию можно оценить как признак индивидуализации юридического лица, которая отражает различия в содержании, структуре деятельности и иных характеристик различных юридических лиц. При размещении сведений в СМИ, в сети «Интернет» юридические лица, даже схожие по многим признакам, стараются конкретизировать свои отличительные особенности.

3. Данный признак отражает особенности формирования собственно деловой репутации юридического лица, процесс и момент возникновения которой неоднозначны. Одни исследователи считают, что деловая репутация начинает формироваться с момента возникновения юридического лица, размещения информации о нем в средствах массовой информации, в том числе в Интернете. Другие говорят о том, что она создается годами, и вся информация, которая аккумулируется, к примеру, в социальных сетях, на сайтах, в виде официальных сведений, отзывов и комментариев, также существенно влияет на процесс ее создания.

4. Стоимостная оценка в отношении юридического лица. В соответствии с п. 1 ст. 1042 Гражданского кодекса РФ деловая репутация может

быть результатом вклада товарищей в общее дело, и поэтому достаточно сложно определить круг лиц, которые могут размещать данные о деятельности юридического лица, его специфике, характерных особенностях и иных деталях, важных для бизнеса. При положительном формировании репутации данные вклады должны иметь денежную оценку (к примеру, оплату услуг по рекламе или продвижению товаров не специально нанятым менеджерам, а участникам юридического лица). А при формировании отрицательного имиджа юридическое лицо может претендовать на возмещение морального и материального ущерба. Это может реализовываться в контексте некоторых противоречий, особенно если отрицательную оценку сформировал участник юридического лица. Актуализируется вопрос о том, кто же может требовать защиты законных прав, которые являются предметом нашего исследования.

Актуальность защиты деловой репутации юридических лиц в Интернете

Выявив ранее важность защиты деловой репутации юридических лиц как субъектов правоотношений, необходимо конкретизировать потенциальные способы ее защиты.

В соответствии со ст. 15.1 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [11] определен порядок идентификации интернет-ресурсов, на которых размещена запрещенная в РФ информация. При этом определяются перечень информации и цифровые реквизиты интернет-сайтов, которые необходимо проверять. Однако в данный перечень сведения, которые вредят деловой репутации юридического лица, не включаются в случаях, когда они не признаны таковыми в судебном порядке. Исходя из этого, не имея предмета для правоприменительной деятельности, достаточно сложно реализовать правозащитные функции относительно различных компонентов деловой репутации юридических лиц в Интернете.

Особые способы защиты деловой репутации определены в ст. 152 ГК РФ, и они важны в контексте разрешения вопросов, связанных с унижением деловой репутации. В данной статье определено, что гражданин может обратиться с требованием удаления информации, размещенной в сети «Интернет» (п. 5), если разместивший не докажет достоверность и правильность данной информации [10]. Таким образом, здесь можно говорить о том, что представитель юридического лица может выступить в суде с подобным требованием как ущемляющим личное право и желанием возмещения морального либо материального вреда в случае, если известен субъект, разместивший сведения, которые наносят ущерб статусу и достоинству юридического лица. При этом может возникнуть противоречие, которое не позволяет своевременно опровергнуть или удалить информацию от неустановленного лица, в особенности в случае блокировки сайтов либо групп, где она размещена, законными владельцами.

Ситуации, при которых истец вправе требовать удаления неправомерной информации, регламентируются гл. 76 ГК РФ, которая определяет права на средства индивидуализации юридических лиц. В подобных случаях за незаконное использование изображений, брендов, знаков, этикеток и прочих символов индивидуализации подлежат привлечению к ответственности лица, которые совершили данное деяние. При этом также возможно судебное разбирательство по заявлению истца о возмещении морального либо материального вреда. Однако данные действия законодательно не регулируются и невозможны к разрешению в случаях, когда пользователь, разместивший недостоверные сведения в Интернете, неизвестен. Закон не ограничивает возможности избирания законных способов, при помощи которых осуществляется охрана и поддержание деловой репутации юридического лица. Поэтому в случаях, когда ответчик известен, возможна реализация такого юридического понятия, как диффамация, которая позволяет обеспечить защиту нематериальных благ, к которым относится и защита деловой репутации. Данное понятие можно использовать в случаях, когда неправомерные высказывания или размещение недостоверной информации повлекли за собой моральный либо материальный вред для гражданина. В действующем российском законодательстве термин «диффамация» отсутствует, однако он, будучи в нашей стране более научной, нежели юридической категорией, может способствовать разрешению данной проблематики.

В контексте отечественной юридической практики [2] необходимо отметить, что ответственности подлежат не только авторы информации, порочащей деловую репутацию, но также и лица, которые ее распространили. Это является важным моментом при определении круга лиц, подлежащих ответственности в делах о защите информации о юридических лицах в Интернете, даже если она относится к категории общего пользования.

Заключение

Данное исследование направлено на определение основных способов и методов защиты деловой репутации юридического лица в Интернете.

При этом специфика вопроса состоит в определении как истца, которым в данном случае выступает юридическое лицо, не характеризующееся морально-нравственными качествами, чувствами и эмоциями, так и ответчика, который в большинстве случаев остается неизвестным в силу специфики сети «Интернет», где установить достоверность размещаемых сведений достаточно сложно.

Основные проблемы, которые выявлены нами при исследовании возможностей защиты деловой репутации:

1. Сведения, включаемые в понятие деловой репутации, которые рассматриваются судом как подлежащие защите, должны быть оценены с точки зрения возможности проверки на достоверность и доказательность правды. В противном случае они не могут являться предметом защиты в отечественном гражданском праве. В данном случае мы наблюдаем противоречие между правом на защиту вышеуказанных категорий юридических лиц и их обязанностью доказать недостоверность либо вред размещенных сведений в Интернете.

2. Удаление сведений, порочащих деловую репутацию в сети «Интернет», не может быть фактором прекращения требований представителей юридического лица о защите подобных прав. Это обусловлено тем, что не может быть установлен круг лиц, которые могли ознакомиться с данной информацией. При этом истцу необходимо представить доказательства наличия подобной информации в Интернете (скриншоты, фотографии). Однако даже сбор сведений о недостоверности информации, предоставление в суд доказательств этого не обеспечивает полноценные гарантии обеспечения законных прав субъекта хозяйствующей деятельности.

3. Обязательное право на защиту деловой репутации юридического лица сопровождается не всегда возможным установлением нарушителя данного права. Данный факт объясняется тем, что практически невозможно установить исполнителя и место совершения правонарушения. В данном случае заявление представителя юридического лица будет рассмотрено в контексте ст. 27 Кодекса административного судопроизводства РФ о соответствии либо несоответствии сведений, где основой будут являться доказательства заявителя или других заинтересованных лиц. Однако возможность возмещения вреда и восстановления деловой репутации не всегда является реальной.

Именно поэтому в качестве перспектив нашего исследования важно определить возможность законодательного закрепления понятия «деловая репутация юридического лица в Интернете», его содержания и возможностей защиты.

Список источников

1. Амосов Е.А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в Российской Федерации // Отечественная юриспруденция. 2019. № 3 (35). С. 10–13.
2. Буйкин А.Ю. Особенности правовой защиты от диффамации в условиях развития глобальной сети «Интернет» // Вестник Московской международной академии. 2018. № 2. С. 34–49.
3. Джалсанов А.Б. Защита деловой репутации юридического лица // Вестник науки. 2019. № 6 (15). С. 146–150.
4. Гокунь Ю.С. Удаление информации из сети «Интернет» как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Вопросы российской юстиции. 2021. № 12. С. 113–120.
5. Лапшин А.А. Способы защиты деловой репутации юридических лиц и их особенности // Социально-экономические явления и процессы. 2017. № 5. С. 184–187.
6. Логачева С.А. Проблемы защиты деловой репутации юридического лица, право которого нарушено в сети «Интернет» // Вестник науки. 2022. № 12 (57). С. 46–49.
7. Магдилова Л.В., Рагимханова К.Т. Защита деловой репутации юридических лиц в сети «Интернет» // Государственная служба и кадры. 2021. № 4. С. 122–124.
8. Шевцов С.С., Киракосян С.А. Деловая репутация в условиях развития цифровых технологий // Legal Bulletin. 2020. № 2. С. 27–31.
9. Филоретова Т.С. Защита деловой репутации юридических лиц от порочащих сведений, распространенных в Интернете // Наука и современность. 2010. № 1–3. С. 1–4.
10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.04.2023).
11. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023).

References

1. Amosov E.A. Zashhita chesti, dostoinstva i delovoj reputacii v Rossijskoj Federacii // Otechestvennaya yurisprudenciya. 2019. № 3 (35). S. 10–13.
2. Bujkin A.Yu. Osobennosti pravovoj zashhity` ot diffamacii v usloviyax razvitiya global`noj seti «Internet» // Vestnik Moskovskoj mezhdunarodnoj akademii. 2018. № 2. S. 34–49.
3. Dzhalsanov A.B. Zashhita delovoj reputacii yuridicheskogo licza // Vestnik nauki. 2019. № 6 (15). S. 146–150.
4. Gokun` Yu.S. Udalenie informacii iz seti «Internet» kak sposob zashhity` chesti, dostoinstva i delovoj reputacii // Voprosy` rossijskoj yusticii. 2021. № 12. S. 113–120.
5. Lapshin A.A. Sposoby` zashhity` delovoj reputacii yuridicheskix licz i ix osobennosti // Social`no-e`konomicheskie yavleniya i processy`. 2017. № 5. S. 184–187.

6. Logacheva S.A. Problemy` zashhity` delovoj reputacii yuridicheskogo licza, pravo kotorogo narusheno v seti «Internet» // Vestnik nauki. 2022. № 12 (57). S. 46–49.
7. Magdilova L.V., Ragimxanova K.T. Zashhita delovoj reputacii yuridicheskix licz v seti «Internet» // Gosudarstvennaya sluzhba i kadry`. 2021. № 4. S. 122–124.
8. Shevczov S.S., Kirakosyan S.A. Delovaya reputaciya v usloviyax razvitiya cifrovy`x texnologij // Legal Bulletin. 2020. № 2. S. 27–31.
9. Filoretova T.S. Zashhita delovoj reputacii yuridicheskix licz ot porochashhix svedenij, rasprostranenny`x v Internete // Nauka i sovremennost`. 2010. № 1–3. S. 1–4.
10. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (chast` pervaya) ot 30.11.1994 № 51-FZ (red. ot 14.04.2023) (s izm. i dop., vstup. v silu s 28.04.2023).
11. Federal`ny`j zakon ot 27.07.2006 № 149-FZ (red. ot 29.12.2022) «Ob informacii, informacionny`x texnologiyax i o zashhite informacii» (s izm. i dop., vstup. v silu s 01.03.2023).

Статья поступила в редакцию 22.05.2023; одобрена после рецензирования 26.05.2023; принята к публикации 26.05.2023.

The article was submitted 22.05.2023; approved after reviewing 26.05.2023; accepted for publication 26.05.2023.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Проведем оценку имущества для любых целей:

- ✓ Недвижимости для оспаривания кадастровой стоимости
- ✓ Ущерба от залива, пожара, действий третьих лиц, после ДТП
- ✓ Бизнеса, ценных бумаг, нематериальных активов
- ✓ Движимого и недвижимого имущества
- ✓ Машин и оборудования

Бесплатная консультация
Срок исполнения от 1 часа
Доставка отчетов курьером

Выполнение с учетом требований законодательства

Проведем профессиональную экспертизу:

Строительно-техническую
Землеустроительную
Инженерно-технологическую
Пожарно-техническую
Автотехническую
Почерковедческую
Подлинности документов
Оценочную
Товароведческую
Бухгалтерскую

Профессионализм экспертов и современные методики проведения исследований в сжатые сроки обеспечивают максимально достоверные результаты!

Входим в ТОП-70 крупнейших компаний России, работающих на рынке оценки. *

*По итогам 2017 года согласно рейкингу Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА»)



Платинум
группа компаний

м. Электрозаводская,
г. Москва, пл. Журавлева, д. 2, стр. 2, офис 321
ocenka-m.com • info@ocenka-m.com
8 (800) 100-50-01 • 8 (495) 308-15-15