

ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ***

В статье рассмотрены основные проблемы и способы защиты деловой репутации юридических лиц, как через суд, так и без его участия.

Ключевые слова: деловая репутация, юридическое лицо, верховный суд, гражданское законодательство, правовая защита.

Компания, которая достаточно серьёзно относится к своей деятельности и заботится о создании позитивного мнения общества к ней, то для неё важна деловая репутация.

В статье 150 ГК РФ деловая репутация рассматривается, как одно из нематериальных благ [1]. Также представляет собой оценку профессиональных качеств конкретного лица, которыми может обладать любой гражданин, в том числе занимающийся предпринимательской деятельностью, а также любое юридическое лицо: коммерческая и некоммерческая организация, государственные и муниципальные предприятия, учреждения и др. [6].

Положительная репутация компании является фактором, позволяющим реализовывать продукцию и услуги по более высокой цене и повышающим привлекательность компании для кадров и клиентов.

Любая фирма имеет право оспорить любую ложную информацию или наносящую вред репутации [8]. А гражданское законодательство является гарантом репутационной защиты. Но нередко, обращаясь в суд, компании подвергаются проигрышу.

В большинстве случаев деловая репутация юридического лица ухудшается в случае опубликования в СМИ негативной, ложной информации о деятельности компании [5].

К юридическим лицам, имеющим деловую репутацию, Верховный суд относит предпринимательские общества, предпринимателей, адвокатов, нотариусов и другие лица [7].

На сегодняшний день аналитики отмечают, что для наиболее простого и эффективного решения проблем необходимо использовать «заграничные» методы, основанные на разбирательстве с источниками ложной информации (СМИ, общественное мнение).

Необходимо отметить, что указанные способы достаточно новы для России, а значит такая работа может осуществляться исключительно специалистами

* Белова Светлана Олеговна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: keppd@mail.ru.

** Колесникова Елена Валерьевна – преподаватель, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: ulyanenko.helen@gmail.com.

*** По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

в этой сфере. Аналитики рекомендуют именно специалистов во избежание отрицательных результатов, например, блокировка сайтов с положительными отзывами [10].

Существуют и правовые способы защиты репутации. К ним относятся судебный запрет и компенсация вреда. К судебному запрету прибегают, когда все сведения порочащего характера не распространились, но существует такая угроза.

Рассмотрим отношение к данной теме в мировой практике.

В странах с континентальным правом, например, во Франции и Германии, при распространении ложной информации, ухудшающей репутацию юридического лица, применяется уголовное право.

В США компенсация юридическим лицам не возмещается, если распространение не ведёт к экономическим потерям. В Великобритании, например, компенсация рассматривается, как покрытие только экономического ущерба. Но применяется система штрафов, то есть юридические лица в праве возместить убытки, независимо от характера вреда [3].

Защита деловой репутации зависит также и от самой компании.

Рассмотрим методы, при помощи которых юридические лица сами смогут позаботиться о защите.

Компании В России часто заключают контракты с зарубежными фирмами. Например, чтобы снизить риск связи с американской компанией, имеющей низкую репутацию, юридические лица могут получить информацию о своём партнёре, обратившись в ассоциацию США, Торговую палату или Секретариат.

На платной основе информацию предоставят в банке данных компании «Dun & Bradstreet Inc.» [9].

Если же компании всё-таки пришлось обратиться в суд для прекращения распространения негативной информации о её деятельности и компенсации ущерба, то необходимо пройти следующую процедуру, которую утвердил Президиум ВС РФ 16.03.2016:

1. Определить подведомственность спора.

Если спор связан с предпринимательской деятельностью, то иск нужно подать в арбитражный суд, в ином случае - суд общей юрисдикции.

В суде общей юрисдикции решаются споры о защите репутации, если информация в СМИ снижает достоинство коллегии адвокатов.

2. Установить ответчиков.

Ответчиками признаются авторы негативных сведений и лица, распространяющие их.

Если информацию распространяло СМИ, то ответчик – автор и редакция. Если редакция – не юридическое лицо, то ответчиком становится учредитель СМИ.

3. Построить правовую позицию.

В суде необходимо доказать несоответствие информации действительности, отрицательное влияние на репутацию фирмы.

В конце проводится лингвистическая экспертиза. Эксперт оценивает сведения с позиции лингвиста (есть ли ссылки на название, деятельность и другое) [2].

После того, как суд вынесет приговор, виновная сторона обязана выпустить оправдательную статью, которая в свою очередь оглашается в прямом эфире радио, ТВ, также привлекаются Интернет-ресурсы и газеты. При этом обвиняемый возлагает на себя все расходы, связанные с оправдательными действиями. Он должен сохранить территорию, на которую были распространены ложная информация.

Кроме действий со стороны виновных, истец сам должен позаботиться о восстановлении репутации перед своими клиентами. Фирма может запустить оправдательную рекламу, которая охватит всю целевую аудиторию [10].

Приведём пример из судебной практики.

ООО «Газпром Газобезопасность» обратился с иском в отношении ООО «Федеральный Информационный Центр «Аналитика и безопасность» о признании не соответствующими действительности сведения, опубликованные на интернет-сайте <http://fedinf.ru/> в статье «Трагедия в Мексиканском заливе может повториться в Ямало-Ненецком АО», в которой было написано о том, что ООО «Газпром Газобезопасность» ответственны за ликвидацию нефтяных фонтанов, но решили утаить это и на изменение ситуации никак не повлияли. Авторы писали, что деньги, направленные на замену устаревшего оборудования так и не дошли до назначения. В компании, якобы, бунтуют работники, а руководители угрожают им расправами.

После детального разбирательства суд постановил, что сведения недействительны, наносят вред репутации компании и её руководству.

Вынесенный приговор обязал ответчика опровергнуть данные сведения «путем опубликования тем же шрифтом, на том же месте страницы интернет-сайта, что и текст оспариваемой статьи, под заголовком «Опровержение», выполненном тем же шрифтом, что и заголовок оспариваемой статьи, удалить статью, содержащую несоответствующие действительности сведения». Виновные должны возместить вред, нанесённый репутации в размере 150 тыс. р. на основании ст. 152 ГК РФ [11].

Таким образом, любая компания, которая дорожит своей репутацией, целевой аудиторией должна предпринимать действия её защиты, не только, обращаясь в суд, но и самостоятельно, дабы избежать больших издержек.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М. : КноРус, 2016. – 512 с.
2. Волосов Е.В. Как защитить деловую репутацию / Е.В. Волосов // Юрист компании: практический журнал для юриста. – 2016. – № 8. – С. 42–43.
3. Гусалова А.Р. Гражданско-правовая защита деловой репутации / А.Р. Гусалова // Клерк. – 2012. – № 3. – С. 8–13.
4. Саяпина Е.Н. Деловая репутация под угрозой / Е.Н. Саяпина // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2013. – № 12. – С. 70–73.

5. Саяпина Е.Н. О защите деловой репутации / Е.Н. Саяпина // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2014. – № 4. – С. 10–15.
6. Сухарева А.Я. Большой юридический словарь / А. Я. Сухарева. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 858 с.
7. Деловая репутация: ее суть и значение [Электронный ресурс] : Bisresurs. – Режим доступа: http://bizresurs.com.ua/pravo/delovaya_reputaciya.html. (дата обращения: 13.01.2017 г.).
8. Защищаем деловую репутацию компании [Электронный ресурс] : Мадрок: юридическая компания. – Режим доступа: http://www.madroc.ru/zashita_delovoi_reputazii.php. (дата обращения: 13.01.2017 г.).
9. Проверка деловой репутации компаний [Электронный ресурс] : Торговое представительство РФ в США. – Режим доступа: <http://rustradeusa.org/usa/308/773/>. (дата обращения: 21.01.2017 г.).
10. Способы защиты деловой репутации [Электронный ресурс] : ЦКО «Специалист». – Режим доступа: <http://en-rus.co.uk/sposoby-zashity-delovoi-reputacii/111-delovaya-reputaciya.html>. (дата обращения: 13.01.2017 г.).
11. «Газпром газобезопасность» vs fedinf.ru [Электронный ресурс] : Юридическое бюро Полякова. – Режим доступа: <http://www.npolyakov.ru/gazprom-gazobezopasnost-vs-fedinf-ru/>. (дата обращения: 24.02.2017 г.).