

УДК 34**DOI: 10.34670/AR.2025.69.83.025****Развитие института защиты деловой репутации юридических лиц
в российском гражданском праве****Касимова Олеся Алексеевна**

Аспирант,
Университет «Синергия»,
125190, Российская Федерация, Москва, Ленинградский просп., 80 Г;
E-mail: olesyatravy2010@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассматриваются актуальные проблемы защиты деловой репутации юридических лиц в российском гражданском праве. Автор анализирует понятие деловой репутации, особенности ее правовой природы как нематериального блага, а также выявляет ключевые тенденции и проблемы в сфере гражданско-правовой защиты репутации организаций. Особое внимание уделяется пробелам и коллизиям действующего законодательства, сложностям правоприменительной практики. В статье обосновывается необходимость совершенствования правового регулирования института защиты деловой репутации с учетом современных вызовов информационного общества. Автор формулирует предложения по оптимизации гражданско-правовых способов защиты репутации юридических лиц и обеспечению баланса интересов всех участников правоотношений в данной сфере.

Для цитирования в научных исследованиях

Касимова О.А. Развитие института защиты деловой репутации юридических лиц в российском гражданском праве // Вопросы российского и международного права. 2025. Том 15. № 9А. С. 192-202. DOI: 10.34670/AR.2025.69.83.025

Ключевые слова

Деловая репутация, юридические лица, нематериальные блага, диффамация, гражданско-правовые способы защиты, возмещение репутационного вреда, судебная практика.

Введение

В условиях развития рыночной экономики и информационного общества деловая репутация приобретает все большее значение как важнейший нематериальный актив хозяйствующих субъектов. Позитивная репутация выступает залогом конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, успешного функционирования любой организации. Вместе с тем, современные реалии порождают новые риски и угрозы репутации бизнеса. С развитием цифровых технологий и сетевых коммуникаций расширяются возможности для быстрого распространения порочащих сведений, ложной и недостоверной информации, способной причинить существенный вред деловой репутации юридических лиц.

В этих условиях особую значимость приобретает наличие эффективного правового механизма защиты репутации организаций. Однако приходится констатировать, что действующее российское законодательство не в полной мере отвечает потребностям правоприменительной практики в данной сфере. Нормативная база характеризуется пробельностью, наличием коллизий и неоднозначных формулировок, порождающих сложности в толковании и применении правовых норм. Суды зачастую по-разному подходят к рассмотрению споров о защите деловой репутации, что не способствует формированию единообразия судебной практики.

На страницах научной литературы все чаще поднимаются вопросы о необходимости реформирования института защиты деловой репутации, его адаптации к вызовам современного информационного общества.

Понятие и правовая природа деловой репутации юридического лица

Действующее российское законодательство не содержит легального определения понятия «деловая репутация». Статья 150 Гражданского кодекса РФ лишь упоминает деловую репутацию в открытом перечне нематериальных благ, защищаемых гражданским законодательством. Таким образом, законодатель рассматривает деловую репутацию как самостоятельный объект гражданских прав, относящийся к категории нематериальных благ.

В юридической доктрине деловую репутацию обычно определяют как общественную оценку профессиональных и иных качеств лица, осуществляющего предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность. Так, по мнению М.Н. Малеиной, деловая репутация представляет собой «приобретаемую в ходе осуществления предпринимательской или профессиональной деятельности общественную оценку деловых качеств гражданина или юридического лица, а также результатов его деятельности» [Малеина, 1993, с. 21]. З.В. Каменева рассматривает деловую репутацию как «сложившееся общественное мнение о профессиональных достоинствах и недостатках лица, занимающегося предпринимательской или иной приносящей доход деятельностью» [Каменева, 2014, с. 20].

Из приведенных определений следует, что деловая репутация неразрывно связана с осуществлением предпринимательской и профессиональной деятельности. Ее носителями могут быть как коммерческие и некоммерческие организации, так и индивидуальные предприниматели, а также лица, занимающиеся частной практикой (адвокаты, нотариусы и т.п.). При этом применительно к юридическим лицам деловая репутация охватывает оценку не только профессиональных качеств их сотрудников и менеджмента, но и иных аспектов

деятельности организации - качества товаров и услуг, уровня сервиса, финансовой устойчивости, социальной ответственности бизнеса и т.д.

Анализируя правовую природу деловой репутации, преобладающая часть правоведов причисляет ее к нематериальным благам, не обладающим экономическим содержанием. А.П. Сергеев подчеркивает, что согласно прямому указанию закона (ст. 150 ГК РФ) и положению в структуре Гражданского кодекса, деловая репутация представляет собой личное неимущественное благо, связанное с нематериальными благами [Сергеев, 2003, с. 181]. Нематериальный характер данного блага обусловлен неразрывной связью деловой репутации с личностью ее обладателя, невозможностью ее самостоятельного участия в обороте и отсутствием стоимостной оценки.

Однако в современной науке гражданского права нередко высказываются мнения об уникальном, «пограничном» статусе деловой репутации среди объектов гражданских прав. С.В. Потапенко считает, что по своей правовой сущности деловая репутация тяготеет к средствам индивидуализации юридических лиц, приближаясь к таким объектам интеллектуальной собственности, как фирменное наименование и коммерческое обозначение [Потапенко, 2002, с. 197]. В.В. Килинкарлов акцентирует внимание на «дуалистическом» характере деловой репутации, включающей как нематериальные, так и имущественные составляющие [Килинкарлов, 2011, с. 14]. О возможности экономической оценки деловой репутации свидетельствует и тот факт, что действующие нормы о бухгалтерском учете трактуют ее как нематериальный актив - разницу между ценой приобретения организации и стоимостью ее имущества по данным бухгалтерского баланса (п. 42 ПБУ 14/2007). Представляется, что отнесение деловой репутации исключительно к нематериальным благам не вполне отражает ее правовую сущность и не учитывает реалии современного имущественного оборота. В условиях рыночной экономики положительная репутация является значимым конкурентным преимуществом, непосредственно влияющим на финансовые показатели деятельности организации.

Стоимость репутации может быть выражена в денежной форме и учтена в составе нематериальных активов юридического лица. При продаже предприятия как имущественного комплекса репутация обладает самостоятельной экономической ценностью, увеличивая рыночную стоимость компании по сравнению с балансовой стоимостью ее имущества.

Таким образом, современные экономические реалии требуют переосмысления традиционных представлений о деловой репутации только как о нематериальном благе и признания ее особого положения в системе объектов гражданских прав как имущественного права, имеющего свою экономическую ценность.

Концепция «смешанной», имущественно-неимущественной природы деловой репутации представляется наиболее адекватной ее правовому режиму и значению в условиях рыночной экономики. Следует согласиться с З.В. Каменевой в том, что деловая репутация сочетает в себе как нематериальные (имидж, престиж, доброе имя), так и экономические (биржевая стоимость, рыночная капитализация, опыт деловых отношений) составляющие [Каменева, 2014, с. 23].

Проблемы правового регулирования защиты деловой репутации юридических лиц

Российское гражданское законодательство предусматривает специальный правовой механизм защиты деловой репутации. Его основу составляют положения ст. 152 ГК РФ,

посвященной защите чести, достоинства и деловой репутации. Данная статья предоставляет гражданам и юридическим лицам право требовать в судебном порядке опровержения порочащих их честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. Опровержение должно быть сделано тем же способом, которым были распространены сведения, или другим аналогичным способом. Если сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию, стали широко известны и опровержение невозможно довести до всеобщего сведения, гражданин вправе требовать удаления соответствующей информации, а также пресечения или запрещения дальнейшего распространения указанных сведений.

Следует отметить, что ст. 152 ГК РФ не содержит дефиниции понятий «порочащие сведения», «распространение сведений». Эти пробелы отчасти восполняются разъяснениями высшей судебной инстанции. Так, согласно п. 7 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», под распространением сведений следует понимать опубликование таких сведений в печати, 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.

В свою очередь, порочащими, по смыслу ст. 152 ГК РФ, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица (абз. 2 п. 7 Постановления).

Несмотря на эти разъяснения, на практике нередко возникают сложности в квалификации тех или иных сведений в качестве порочащих. Отсутствие четких критериев, позволяющих провести грань между утверждениями о фактах и оценочными суждениями, приводит к противоречивой трактовке судами схожих ситуаций, не способствуя формированию единства правоприменения. Так, ФАС Волго-Вятского округа признал не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию истца сведения о том, что он «манипулирует статистикой», «проводит странные расчеты», поскольку данные утверждения указывают на недобросовестное поведение в профессиональной деятельности [Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 29.02.2016 по делу № А79-6946/2015", [www](#)]. В то же время Мосгорсуд расценил выражения «статистику рисует», «жонглирует данными» как оценочные суждения, защите в порядке ст. 152 ГК РФ не подлежащие [Апелляционное определение Московского городского суда от 10.09.2019 по делу № 33-38997/2019", [www](#)].

Другой проблемой является отсутствие в законе четкого разграничения между понятиями «честь», «достоинство» и «деловая репутация». Это порождает терминологическую путаницу и сложности при рассмотрении споров о защите деловой репутации юридических лиц, поскольку очевидно, что организации как юридические лица не обладают честью и достоинством в том смысле, который вкладывает в эти понятия ст. 152 ГК РФ («внутреннее самоуважение человека, самооценка своей личности»).

Положение п. 11 ст. 152 ГК РФ также не способствует единообразному толкованию природы деловой репутации. Согласно данной норме, правила о защите деловой репутации гражданина, кроме положений о компенсации морального вреда, «соответственно применяются» к защите деловой репутации юридического лица. Буквальное толкование этой нормы позволяет предположить, что деловая репутация организации может защищаться лишь теми же способами, которые предусмотрены в статье (опровержение, удаление информации, пресечение или запрет дальнейшего распространения сведений), хотя специфика правового статуса юридических лиц может обуславливать необходимость применения иных средств правовой защиты (например, публикации ответа на порочащую информацию). На практике суды зачастую трактуют способы защиты деловой репутации организаций более широко.

Например, признается допустимым заявление требований об обязании ответчика направить письма с опровержением порочащих сведений контрагентам истца [“Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 20.11.2019 № Ф03-5101/2019 по делу № А73-18765/2018”, [www](#)], об удалении недостоверной информации из сети Интернет [“Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 24.08.2015 № 09АП-28906/2015 по делу № А40-16627/15”, [www](#)]. Однако отсутствие четкой законодательной регламентации подобных способов защиты порождает неопределенность относительно допустимости их применения и необходимых для этого условий.

Внимания заслуживает и проблема распределения бремени доказывания по искам о защите деловой репутации. Действующая редакция абз. 1 п. 1 ст. 152 ГК РФ обязывает ответчика доказывать соответствие действительности распространенных им сведений. Это порождает ситуации, когда лицо, добросовестно заблуждавшееся относительно достоверности распространенных сведений, должно доказывать обстоятельства, о которых на момент распространения информации оно не знало и знать не могло.

Думается, что в целях обеспечения равенства и состязательности сторон в спорах о диффамации следует предусмотреть возможность освобождения добросовестного распространителя от ответственности за распространение не соответствующих действительности порочащих сведений, если он не знал и не должен был знать об их недостоверности. Такой подход соответствует зарубежному опыту правового регулирования диффамации. В частности, в США действует доктрина «добросовестной ошибки» (Innocent Construction Rule), согласно которой ответчик по делу о диффамации может быть освобожден от ответственности, если распространенное им ложное утверждение имеет разумное невинное толкование [Sack, Tobin, 2010, с. 489].

Серьезной проблемой являются и злоупотребления правом на защиту деловой репутации со стороны недобросовестных лиц. Нередки случаи, когда предъявление исков о защите репутации используется с целью оказания давления на СМИ, блокирования распространения негативной, но соответствующей действительности информации. Суды зачастую оказываются неспособны распознать злонамеренный характер таких исков и принимают решения о признании порочащими сведений, которые по своему содержанию и направленности не способны причинить вред деловой репутации организации.

Примером может служить дело по иску хозяйственного общества к газете, опубликовавшей статью о недостатках в работе управляющих компаний в сфере ЖКХ города. Статья содержала критические высказывания об одной из управляющих компаний, однако автор материала не называл ее прямо, ограничившись лишь общими формулировками. Тем не менее, суд счел содержащуюся в публикации информацию порочащей и обязал ответчика опубликовать

опровержение [Солдатенко, 2018]. Тем самым из-за некорректного применения норм о диффамации была ограничена свобода распространения общественно значимой информации.

Особо следует отметить проблемы правовой защиты деловой репутации от диффамации в сети Интернет. Как справедливо отмечается в литературе, интернет-среда создает почти безграничные возможности для злоупотреблений в силу своих специфических свойств - глобальности, трансграничности, анонимности, широкой доступности для пользователей [Пристанская, 2020, с. 122]. В этих условиях традиционные гражданско-правовые механизмы защиты деловой репутации, основанные на офлайн-модели распространения информации, зачастую оказываются неэффективными и требуют адаптации к новым реалиям.

Одной из серьезнейших проблем является анонимность и экстерриториальность интернет-пространства, затрудняющая идентификацию ответчика по искам о диффамации. В случаях, когда порочащие сведения распространены в Интернете анонимно либо с использованием «фейковых» учетных записей, установить надлежащего ответчика крайне сложно, а порой и невозможно. Кроме того, информация, размещенная на веб-сайтах, зарегистрированных за рубежом, может оказаться вне юрисдикции российских судов. В такой ситуации истец лишается возможности получить реальную судебную защиту своей репутации.

Другим важным аспектом проблемы является определение лиц, ответственных за диффамацию в Интернете. С развитием технологий Web 2.0 и распространением user-generated content среда Интернета становится все более интерактивной, предполагающей активное вовлечение пользователей в создание контента. Широко распространена практика комментирования материалов в Интернет-СМИ, на форумах и в социальных сетях. При этом зачастую в таких комментариях содержится недостоверная и порочащая честь, достоинство и репутацию информация.

В настоящее время вопрос об ответственности владельцев сайтов за размещаемый пользователями контент решается неоднозначно. Согласно разъяснениям ВС РФ, если порочащий комментарий к статье на сайте СМИ оставлен анонимно (без предварительной регистрации или под псевдонимом), то владелец сайта не несет ответственности за его содержание (п. 6 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации от 16.03.2016). В то же время в отношении комментариев на форумах и иных сайтах, не являющихся СМИ, подобной оговорки не сделано, что свидетельствует о возможности привлечения к ответственности их владельцев.

Как представляется, с учетом специфики сетевых отношений, целесообразно прямо ограничить на законодательном уровне ответственность информационных посредников в Интернете (администраторов сайтов, провайдеров хостинга) за содержание информации, размещенной третьими лицами. Исключение может быть сделано для случаев, когда такие посредники знали или должны были знать о противоправном характере размещенной информации и не приняли мер к ее удалению после обращения заинтересованного лица. Соответствующий подход реализован в праве ЕС (ст. 14 Директивы 2000/31/ЕС об электронной коммерции), США (§ 230 Закона о соблюдении приличий в средствах коммуникации), ряде других зарубежных стран [Kuczerawy, 2018, с. 94-95].

Еще одна проблема связана с эффективностью судебной защиты деловой репутации. Длительность судебных процедур (около года с момента подачи иска до вынесения решения) приводит к тому, что на момент опровержения недостоверной информации она уже успевает широко распространиться и нанести вред репутации лица. При этом восстановить первоначальное положение, существовавшее до распространения порочащих сведений, крайне

сложно, поскольку «информационное облако» имеет свойство сохраняться в Интернете даже после удаления оригинального сообщения [Гаврилов, 2018, с. 19].

В целях оперативного пресечения распространения диффамационных материалов в сети целесообразно более активно использовать институт обеспечительных мер (ст. 140 ГПК РФ, ст. 91 АПК РФ). Заслуживает поддержки вступивший в силу закон, предусматривающий в ГПК РФ возможность принятия судом по заявлению истца предварительных обеспечительных мер в виде временного ограничения доступа к информации в сети Интернет, распространение которой может причинить вред чести, достоинству или деловой репутации. Такие меры могут применяться до предъявления иска и подлежат отмене, если заявитель не обратился в суд с иском в течение установленного срока ["Законопроект № 606594-7 «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации»", [www](http://www.rosminjust.ru)].

Совершенствование гражданско-правовых способов защиты деловой репутации

Для совершенствования правового регулирования защиты деловой репутации необходимо прежде всего устранить пробелы и противоречия действующего законодательства. В частности, следует закрепить в ст. 152 ГК РФ легальное определение понятия «деловая репутация» как общественной оценки деловых качеств гражданина или организации, а также результатов их деятельности, формирующейся в процессе осуществления ими предпринимательской или профессиональной деятельности.

Кроме того, предлагается уточнить перечень сведений, признаваемых порочащими, отнеся к ним не соответствующие действительности утверждения, умаляющие деловую репутацию лица в глазах общественности или отдельных граждан с точки зрения соблюдения законов, деловой этики, добросовестности при ведении производственно-хозяйственной, предпринимательской и профессиональной деятельности, а также иные сведения, подрывающие доверие к лицу и способные повлечь неблагоприятные последствия для его деловой репутации.

Важно провести разграничение понятий «утверждение о факте» и «оценочное суждение», установив, что предметом опровержения в порядке ст. 152 ГК РФ могут быть только утверждения о фактах. В законе необходимо закрепить открытый перечень способов защиты деловой репутации, включающий помимо опровержения, также замену или аннулирование исходящего от ответчика документа, содержащего порочащие сведения, публикацию ответа в СМИ, где были распространены сведения, направление сообщений с опровержением заинтересованным лицам и др.

Целесообразно предусмотреть освобождение ответчика от ответственности за распространение недостоверных порочащих сведений, если он не знал и не должен был знать об их недостоверности (по аналогии с нормами о недобросовестной конкуренции - ст. 1252 ГК РФ). Кроме того, требуется установить специальные правила защиты деловой репутации от диффамации в сети Интернет, ограничив ответственность информационных посредников за противоправный контент, размещенный пользователями, случаями, когда такие посредники знали или должны были знать о неправомерности информации.

Приведенные предложения, разумеется, не исчерпывают всего комплекса мер, необходимых для повышения эффективности защиты деловой репутации в условиях информационного общества. Представляется, что эта задача требует взвешенного подхода

законодателя, учета интересов всех участников информационного обмена, соблюдения баланса между свободой слова и защитой репутации, адаптации зарубежного опыта к российским правовым реалиям.

Необходимо расширять использование альтернативных методов защиты репутации, включая досудебный порядок урегулирования споров, саморегулированию онлайн-платформ и медиа-сообщества по удалению и пресечению распространения противоправного контента. Как показывает мировая практика, саморегулирование интернет-отрасли на основе универсальных кодексов поведения и механизмов «вежливого уведомления» (notice-and-takedown) является эффективным способом быстрого реагирования на онлайн-нарушения и снятия спорной информации [“Handbook on European data protection law”, 2018, с. 45-50].

Важную роль должна играть и профилактика репутационных конфликтов за счет повышения правовой культуры и ответственности распространителей информации. Необходимо обеспечить широкое информирование журналистов, блогеров, администраторов сайтов о правовых ограничениях свободы слова, судебной практике по делам о защите деловой репутации. Превентивное значение имело бы введение презумпции добросовестности в деятельности СМИ - подобно тому, как это сделано в законодательстве о рекламе (п. 4 ст. 1 ФЗ «О рекламе»), банковской деятельности (п. 1 ст. 10 ФЗ «О банках и банковской деятельности») и других специальных сферах правового регулирования.

Заключение

Подводя итог, следует отметить, что действующий механизм защиты деловой репутации юридических лиц не вполне соответствует реалиям информационного общества и требует совершенствования. Перед российским законодателем стоит сложная задача адаптировать традиционные гражданско-правовые институты к специфике диффамационных отношений, возникающих в цифровой среде.

Развитие правового регулирования должно идти по пути обеспечения баланса интересов всех участников информационного взаимодействия, соблюдения разумного равновесия между свободой слова и защитой репутации. Приоритетами здесь должны стать предсказуемость и эффективность судебной защиты, укрепление превентивной функции ответственности, стимулирование добросовестного поведения распространителей информации.

Важную роль призваны сыграть и несудебные механизмы разрешения репутационных споров, включая медиацию, онлайн-урегулирование конфликтов, саморегулирование интернет-отрасли на основе сетевой этики и отраслевых кодексов поведения. Только в результате системных усилий законодателя, судебной системы, профессионального сообщества и институтов гражданского общества станет возможным обеспечить надежную и эффективную защиту деловой репутации в условиях становления информационного общества в России.

Библиография

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 29.02.2016 по делу № А79-6946/2015 // СПС «КонсультантПлюс».
3. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 24.08.2015 № 09АП-28906/2015 по делу № А40-16627/15 // СПС «КонсультантПлюс».
4. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 20.04.2017 № Ф08-1885/2017 по делу № А63-12059/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

5. Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 20.11.2019 № Ф03-5101/2019 по делу № А73-18765/2018 // СПС «КонсультантПлюс».
6. Определение Верховного Суда РФ от 30.03.2021 № 305-ЭС21-2297 по делу № А40-119807/2019 // СПС «КонсультантПлюс».
7. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 11.01.2019 по делу № 305-ЭС18-15540, А40-142160/2017 // СПС «КонсультантПлюс».
8. Апелляционное определение Московского городского суда от 10.09.2019 по делу № 33-38997/2019 // СПС «КонсультантПлюс».
9. Гаврилов Е.В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации // Закон. 2018. № 3. С. 15-26.
10. Каменева З.В. Деловая репутация как объект гражданско-правовой защиты // Адвокат. 2014. № 2. С. 20-23.
11. Килинкар В.В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности. Дис. ... канд. юрид. наук. СПб, 2011. 204 с.
12. Малеина М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя // Законодательство и экономика. 1993. № 23/24. С. 18-25.
13. Потапенко С.В. Проблемы судебной защиты деловой репутации // Юрист. 2002. № 2. С. 54-55.
14. Пристанская Н.М. Особенности защиты деловой репутации в сети Интернет по законодательству Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. 2020. № 4. С. 120-127.
15. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. М.: Проспект, 2003. 752 с.
16. Солдатенко В.С. Злоупотребление правом при привлечении к гражданско-правовой ответственности за диффамацию // Современное право. 2018. № 7. С. 54-59.
17. Цыбуляк С.И. Гражданско-правовая защита деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет // Евразийская адвокатура. 2020. № 4. С. 89-93.
18. Handbook on European data protection law - 2018 edition / European Union Agency for Fundamental Rights. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. 328 p.
19. Kuczerawy A. Intermediary Liability and Freedom of Expression in the EU: from Concepts to Safeguards. Intersentia, 2018. 392 p.
20. Законопроект № 606594-7 «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации» // URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/606594-7> (дата обращения: 20.04.2024).
21. Постановление 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» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2005. № 4.
22. Пристанская Н.М. Особенности защиты деловой репутации в сети Интернет по законодательству Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. 2020. № 4. С. 120-127.
23. Эрделевский А.М. О некоторых вопросах защиты чести, достоинства и деловой репутации // Хозяйство и право. 2020. № 4. С. 3-8.
24. Sack R., Tobin S. Sack on Defamation: Libel, Slander, and Related Problems. 4th ed. Practising Law Institute, 2010. 1378 p.

Development of the Institution of Business Reputation Protection for Legal Entities in Russian Civil Law

Olesya A. Kasimova

Graduate Student,
Synergy University,
125190, 80G Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: olesyatravy2010@mail.ru

Abstract

This article examines current problems of protecting the business reputation of legal entities in Russian civil law. The author analyzes the concept of business reputation, features of its legal nature as an intangible asset, and identifies key trends and problems in the sphere of civil law protection of

Kasimova O.A.

organizational reputation. Special attention is paid to gaps and conflicts in current legislation, and difficulties in law enforcement practice. The article substantiates the necessity of improving the legal regulation of the institution of business reputation protection, taking into account modern challenges of the information society. The author formulates proposals for optimizing civil law methods of protecting the reputation of legal entities and ensuring a balance of interests of all participants in legal relations in this sphere.

For citation

Kasimova O.A. (2025) Razvitiye instituta zashchity delovoy reputatsii yuridicheskikh lits v rossiyskom grazhdanskom prave [Development of the Institution of Business Reputation Protection for Legal Entities in Russian Civil Law]. *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava* [Matters of Russian and International Law], 15 (9A), pp. 192-202. DOI: 10.34670/AR.2025.69.83.025

Keywords

Business reputation, legal entities, intangible assets, defamation, civil law protection methods, compensation for reputational damage, judicial practice.

References

1. Civil Code of the Russian Federation (Part One) of November 30, 1994, No. 51-FZ // Collected Legislation of the Russian Federation. 1994. No. 32. Article 3301.
2. Resolution of the Federal Antimonopoly Service of the Volga-Vyatka District of February 29, 2016, in Case No. A79-6946/2015 // SPS ConsultantPlus.
3. Resolution of the Ninth Arbitration Court of Appeal of August 24, 2015, No. 09AP-28906/2015, in Case No. A40-16627/15 // SPS ConsultantPlus.
4. Resolution of the Arbitration Court of the North Caucasus District dated April 20, 2017 No. F08-1885/2017 in case No. A63-12059/2015 // SPS "ConsultantPlus".
5. Resolution of the Arbitration Court of the Far Eastern District dated November 20, 2019 No. F03-5101/2019 in case No. A73-18765/2018 // SPS "ConsultantPlus".
6. Determination of the Supreme Court of the Russian Federation dated March 30, 2021 No. 305-ES21-2297 in case No. A40-119807/2019 // SPS "ConsultantPlus".
7. Ruling of the Judicial Collegium for Economic Disputes of the Supreme Court of the Russian Federation dated January 11, 2019, in case No. 305-ES18-15540, A40-142160/2017 // SPS "ConsultantPlus".
8. Appellate Ruling of the Moscow City Court dated September 10, 2019, in case No. 33-38997/2019 // SPS "ConsultantPlus".
9. Gavrilov E.V. Removal of information on the Internet as a way to protect honor, dignity, and business reputation // Law. 2018. No. 3. pp. 15-26.
10. Kameneva Z.V. Business reputation as an object of civil law protection // Advocate. 2014. No. 2. pp. 20-23.
11. Kilinkarov V.V. The Right to Business Reputation of Entrepreneurs. Diss. ... Cand. of Law. St. Petersburg, 2011. 204 p.
12. Maleina M.N. Protection of Honor, Dignity, and Business Reputation of an Entrepreneur // Legislation and Economics. 1993. No. 23/24. Pp. 18-25.
13. Potapenko S.V. Problems of Judicial Protection of Business Reputation // Jurist. 2002. No. 2. Pp. 54-55.
14. Pristanskaya N.M. Features of Protecting Business Reputation on the Internet Under the Legislation of the Russian Federation // Actual Problems of Russian Law. 2020. No. 4. Pp. 120-127.
15. Sergeev A.P. Intellectual Property Law in the Russian Federation. Moscow: Prospect, 2003. 752 p.
16. Soldatenko V.S. Abuse of rights in bringing to civil liability for defamation // Modern Law. 2018. No. 7. pp. 54-59.
17. Tsybulyak S.I. Civil law protection of business reputation of business entities on the Internet // Eurasian Advocacy. 2020. No. 4. pp. 89-93.
18. Handbook on European data protection law - 2018 edition / European Union Agency for Fundamental Rights. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. 328 p.
19. Kuczerawy A. Intermediary Liability and Freedom of Expression in the EU: from Concepts to Safeguards. Intersentia, 2018. 392 p.
20. Bill No. 606594-7 "On Amendments to the Civil Procedure Code of the Russian Federation" // URL:

<https://sozd.duma.gov.ru/bill/606594-7> (date of access: 20.04.2024).

21. Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation of 24.02.2005 No. 3 "On judicial practice in cases concerning the protection of the honor and dignity of citizens, as well as the business reputation of citizens and legal entities" // Bulletin of the Supreme Court of the Russian Federation. 2005. No. 4.
22. Pristanskaya N.M. Features of the protection of business reputation on the Internet under the legislation of the Russian Federation // Current issues of Russian law. 2020. No. 4. pp. 120-127.
23. Erdelevsky A.M. On Some Issues of Protecting Honor, Dignity, and Business Reputation // Business and Law. 2020. No. 4. pp. 3-8.
24. Sack R., Tobin S. Sack on Defamation: Libel, Slander, and Related Problems. 4th ed. Practising Law Institute, 2010. 1378 p.