

*На правах рукописи*

**Ястребов Владимир Валерьевич**

**ПРАВОВАЯ ОХРАНА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ  
ЛИЦ В ПРАВЕ РФ И США**

Специальность: 12.00.03 Гражданское право; предпринимательское право;  
семейное право; международное частное право

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата юридических наук

Москва – 2022 год

Работа выполнена на кафедре гражданского права и процесса и международного частного права Юридического института Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»

**Научный руководитель:**

**Кузнецов Михаил Николаевич**

доктор юридических наук, профессор, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, профессор кафедры гражданского права и процесса и международного частного права Юридического института ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

**Официальные оппоненты:**

**Долинская Владимира Владимировна**

доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры гражданского права федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)»

**Потапенко Сергей Викторович**

доктор юридических наук, профессор, декан юридического факультета им. А.А. Хмырова, заведующий кафедрой гражданского процесса и международного права юридического факультета им. А.А. Хмырова федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кубанский государственный университет»

**Ведущая организация:**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» (ФГБОУ ВО РГАИС)**

Защита диссертации состоится «26» мая 2022 года в \_\_\_\_ ч. \_\_\_\_ мин. на заседании Диссертационного совета ПДС 0900.003 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, дом 6, ауд. 347.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, дом 6.

Объявление о защите размещено на сайтах ВАК и РУДН: <https://vak.minobrnauki.gov.ru>, <http://dissovet.rudn.ru>

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Ученый секретарь  
Диссертационного совета ПДС 0900.003  
кандидат юридических наук, доцент

Е.П. Русакова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы диссертационного исследования.** Деловая репутация в Российской Федерации становится существенным условием и результатом эффективной производственной, финансовой, организационной, менеджерской (управленческой), коммерческой, информационно-рекламной, конкурентоспособной профессиональной деятельности, направленной на создание позитивного впечатления (мнения) о надежности и добросовестности партнера по бизнесу и иным отношениям, о действительно высоком качестве производимой продукции, выполняемой работы, оказываемых возмездных услуг, извлечении предпринимательской прибыли, удовлетворении материальных и нематериальных потребностей, нормальном осуществлении прав и законных интересов коммерческих организаций, её учредителей (участников), обслуживающего персонала, наемных работников, а также некоммерческих организаций, имеющих право заниматься деятельностью, приносящей доходы, в пределах легальных дозволений и ограничений.

В условиях современной жесткой конкуренции, высокого уровня информационных технологий, технических средств сети «Интернет», возможной недобросовестности отдельных участников производства и имущественного оборота потерпевшим организациям приходится обращаться в суд за охраной и защитой своей деловой репутации в случае её умаления различными неправомерными действиями.

Информационные усилия, направленные на создание делового имиджа того или иного предпринимателя (ассоциации бизнесменов), являются мощным средством конкурентной борьбы, условием выживаемости бизнесмена на рынке товаров, услуг и работ. Негативная репутация юридического лица может создаваться в результате недобросовестной конкуренции участников предпринимательской (экономической) и иной деятельности недовольных успехами других предпринимателей. Не случайно, Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О защите конкуренции»<sup>1</sup> расшифровывает этот термин как противоречащие закону, обычаям, добропорядочности, разумности и справедливости действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), нацеленные на получение предпринимательских преимуществ, и причинившие либо способные причинить вред деловой репутации других лиц (конкурентов), убытки (п. 9 ст. 4).

Произошедшие в нашей стране социально-экономические изменения привели к тому, что деловая репутация стала существенным фактором получения прибавочной стоимости, успешного ведения предпринимательской деятельности. В качестве основных специфических признаков деловой репутации О.В. Карайчева называет: а) способность индивидуализировать своего обладателя; б) особенности естественного возникновения, прояв-

---

<sup>1</sup> Собрание законодательства РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.

ления и защиты; в) неспособность использовать вещно-правовые способы защиты; г) изменчивость. По её мнению, деловой авторитет коммерческого либо некоммерческого субъекта гражданского права не идентичен профессиональной репутации: если первым качеством обладает юридическое лицо, добывающееся предпринимательской прибылью, то второе качество принадлежит работнику, получающему заработанную плату в размере, соответствующем его профессиональной квалификации<sup>2</sup>.

В настоящее время отечественный законодатель разрешил юридическим лицам осуществлять защиту своей деловой репутации по аналогии с защитой физическим лицом своего доброго имени (деловой репутации), за исключением применения компенсации морального вреда (п. 11 ст. 152 ГК РФ). Конституционный Суд РФ поддержал инициативу арбитражных судов России по возмещению репутационного вреда в пользу юридических лиц<sup>3</sup>. В своем Обзоре Президиум Верховного Суда РФ прямо разъяснил, что при защите от посягательства на свою деловую репутацию юридическое лицо может воспользоваться соответствующим судебным иском. Защита деловой репутации не исключает подачу в суд исков о компенсации нематериального (репутационного) вреда, отличающегося от классического морального вреда. Фабула ст. 45 Конституции Российской Федерации (далее - Конституция РФ)<sup>4</sup> разрешает защищать свои права всеми легальными способами. Умале-

<sup>2</sup> См.: Карайчева О.В. Деловая репутация как объект гражданских прав: Дис. ...канд. юрид. наук. - Ростов-н/Д., 2014. - С. 6.

<sup>3</sup> См.: Определение Конституционного Суда РФ от 28.11.2019 № 3068-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Балахонкиной Ольги Сергеевны на нарушение ее конституционных прав положениями статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс»; Определение Конституционного Суда РФ от 04.12.2003 N 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс»; Постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова» // Собрание законодательства РФ. 2013. № 29. Ст. 4019; 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; Обзор практики рассмотрения судами Российской Федерации дел «О защите чести, достоинства и деловой репутации, а также неприкосновенности частной жизни публичных лиц в области политики, искусства, спорта» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2007. № 12; Обзор судебной практики о защите деловой репутации арбитражными судами Российской Федерации // Анализ законодательства. Комментарий законодательства федеральными арбитражными судами округов (арбитражными кассационными судами) с 26 по 30 ноября 2009 г. // СПС «КонсультантПлюс»; Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016) // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2016. № 10; Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017). Утвержден Президиумом Верховного Суда РФ 16 февраля 2017 г. (ред. от 26 апреля 2017 г.) // СПС «КонсультантПлюс»; Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации» (1999 г.) // Информационное письмо от 23 сентября 1999 г. № 46, утв. Президиумом ВАС РФ // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>4</sup> Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014. № 31. Ст. 4398.

ние деловой репутации может привести к возникновению убытков, потере общественного и делового авторитета в глазах юридической общественности, контрагентов, утрате прежней конкурентоспособности, появлению конфликтов внутри корпорации и т.д. На истца возложена процессуальная обязанность обосновать свой заявленный иск, объем причиненного репутационного вреда, проявляющегося в потере неполученных доходов, снижении потребительского спроса, увеличении количества кредитных договоров, появлении признаков банкротства и т.д. Большинство клеветнических действий совершается с помощью средств массовой информации (СМИ), сети Интернет, иных информационно-технических средств<sup>5</sup>.

Российские суды испытывают потребность в добротном правовом материале, который наиболее полно закрепил и конкретизировал бы: 1) право юридического лица на компенсацию репутационного вреда; 2) перечень оснований и условий ответственности за умаление деловой репутации; 3) порядок определения размера репутационного вреда и его компенсации. Необходимо закрепить в ГК РФ определение деловой репутации юридических лиц, основания и условия её правовой охраны и защиты, выявить критерии определения размера (стоимости) нематериального (репутационного) вреда, предусмотреть порядок (процедуру) его компенсации.

Российские цивилисты пытаются использовать достижения американских юристов в исследовании проблем деловой репутации (гудвилла) юридических лиц, выяснении важнейших элементов этой репутации и размера её денежной компенсации.

Вот почему избранная тема исследования является чрезвычайно актуальной для отечественной цивилистической науки, законодательства и судебной практики.

**Степень научной разработанности темы диссертационного исследования.** Большой труд в исследование правовой природы, понятия и охраны деловой репутации юридических лиц в России и США проделали такие дореволюционные, советские и современные ученые России как Авилов Г.Е., Аболонин Г.О., Аврамова А.С., Агарков М.М., Агейченко К.М., Акатьева М.Д., Александров Н.Г., Алексеев С.С., Алексеенко А.П., Андреев В.К., Долинская В.В., Кечекьян С.В., Килингаров В.В., Козлова Н.В., Коркунов Н.М., Кравченко П.И., Красавчикова Л.О., Крашенинников Е.А., Кузнецов Н.М., Любецкий П.М., Магазинер Я.М., Малеин Н.С., Малеина М.Н., Мальцев Г.В., Маргольф М.Е., Марченко М.Н., Матузов Н.И., Мейер Д.И., Муромцев С.А., Невзгодина Е.Л., Нежура Ю.Л., Нешатаева Т.Н., Никуличева Н.Ю., Пахман С.В., Пешкова О.А., Покровский И.А., Потапенко С.В., Пугинский Б.И., Рахмилович В.А., Рожкова М.А., Синайский В.И., Ситдикова Л.Б., Склярова Я.В., Смолина Л.В., Сошникова М.П., Суханов Е.А., Шершеневич Г.Ф. и др.

---

<sup>5</sup> См.: Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1 (2017) (п. 21).

Достойную основу для теории и практики охраны (защиты) деловой репутации организаций создали такие известные зарубежные ученые и мыслители, как Аристотель, Безелер К.Г., Бэкон Ф., Вандерет Р., Гирке О., Гомьен Б., Давид Р., Джонатан Ким, Иеринг Р., Жоффре-Спинози К., Зваак Н., Кётц Х., Леже Р., Леонгард Р., Локк Дж., Макдональд Б.А., Маршалл А., Менгер А., Морандьер Л.Ж., Платон, Прессман Стивен, Регельсбергер Ф., Рубинштейн Митчелл Х., Савиньи Ф.К., Салейль Р., Смит А., Сэй Ж.-Б., Хальм Джеймс Х., Харрис Д., Цвайгерт К. и др.

В последние годы все большее внимание исследователей привлекают теоретические и прикладные проблемы понятия и правовой природы деловой репутации юридических лиц, правового регулирования компенсации вреда, причиненного их деловой репутации. Отдельные вопросы компенсации вреда, причиненного хозяйствующим субъектам негативным воздействием на их деловую репутацию, рассматривались в диссертационных работах: Г.Ю. Мордохова, исследовавшего способы защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности (2018г.), Н.В. Архиреева, исследовавшего гражданско-правовую защиту деловой репутации юридических лиц в Российской Федерации (2017г.), Е.Г. Дюбко, проанализировавшего нематериальные блага и юридических лиц, теоретические и практические проблемы их защиты (2015г.), В.В. Килинкарлова, изучившего право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности (2011г.), А.Г. Супрунова, изучившего защиту делового авторитета коммерческих и некоммерческих организаций в нашей стране (2009г.), Ю.З. Сахапова, исследовавшего некоторые вопросы деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности (2007г.), Е.М. Дьяченко, посвятившего свою работу защите деловой репутации российских организаций (2005г.), Н.Ю. Никуличева, исследовавшего право юридических лиц на защиту своей репутации (2004г.), Т.В. Трофимова, проанализировавшего нематериальные блага как объект частного-правового регулирования (2004г.).

Вместе с тем, несмотря на достаточно большое количество диссертационных работ, в цивилистической науке отсутствует комплексное исследование, посвящённое сравнительно-правовому исследованию охраны (защиты) деловой репутации юридических лиц в России и США в современный период с учетом законодательных новаций и обновленной судебной практики.

**Объектом исследования** послужили общественные отношения, связанные с возникновением, осуществлением и защитой деловой репутации юридических лиц в России и США, выявлением их общих и отличительных черт.

**Предмет исследования** составляют положения доктрины гражданского права, нормы российского и американского законодательства, материалы судебной практики России и США по охране (защите) деловой репутации юридических лиц.

### **Цели и задачи исследования.**

**Целью исследования** является разработка научных идей о понятии и правовой природе деловой репутации, её структуре, содержания, охране (защите) в России и США в сравнительно-правовом плане.

Достижение поставленной цели связано с решением следующих **задач**:

- выявить правовую природу, понятие, структуру и содержание деловой репутации юридических лиц в гражданском праве России;
- выяснить специфику правового статуса российских юридических лиц как носителей деловой репутации;
- установить основные особенности деловой репутации юридических лиц в гражданском праве США;
- сформулировать теоретические положения об охране и судебной защите деловой репутации юридических лиц в России;
- дать краткую теоретическую характеристику охране (защиты) деловой репутации юридических лиц в США;
- проанализировать судебную практику охраны (защиты) деловой репутации в России и США в сравнительно-правовом плане;
- внести предложения о дальнейшем совершенствовании российского гражданского законодательства об охране (защите) деловой репутации юридических лиц.

**Методологическая основа диссертационного исследования.** В диссертации применены общенаучные (анализ и синтез, абстрагирование и конкретизация, метод моделирования) и частно-научные методы исследования (историко-правовой, сравнительно-правовой, формально-юридический методы, метод толкования права и др.), способствующие исследованию цивилистических проблем. Общенаучные методы содействовали анализу и синтезу исследуемых научных проблем, помогли выявить форму и сущность исследуемого правового явления, причины, условия и закономерности его развития, позитивные и негативные признаки (черты). Сравнительно-правовой метод способствовал выяснению формы и содержания, понятия и иных основных особенностей деловой репутации в России и США. Методы конкретного исследования помогли обобщить материалы судебной практики. Исторический метод позволил проанализировать диссертационного материал, начиная с исследования конкретных исторических фактов и заканчивая обобщающими выводами и умозаключениями.

**Теоретическую основу исследования** составили положения, содержащиеся в научных работах по проблемам гражданского права, посвященных институту деловой репутации юридических лиц в Российской Федерации и США, научные труды таких отечественных и зарубежных ученых, как Авилов Г.Е., Агарков М.М., Алексеев С.С., Алексан-

дров Н.Г., Алиев Т.Т., Андреев В.К., Анисимов А.Л., Белов В.А., Боботов С.В., Братусь С.Н., Бэкон Ф., Вавилин Е.В., Вандерет Р., Васьковский Е.В., Венедиктов А.В., Витрук Н.В., Гамбаров Ю.С., Генкин Д.М., Герваген Л.Л., Голубев К.И., Гомьен Д., Давид Р., Де Сальвиа М., Дмитриева О.В., Долинская В.В., Дювернуа Н.Л., Вавилин Е.В., Ельяшевич В.Б., Жоффре-Спинози К., Жигачев И.Ю., Зваак Н., Иеринг Р., Каминка А.И., Козлова Н.В., Красавчиков О.А., Красавчикова Л.О., Коркунов Н.М., Кузнецов Н.М., Леже Р., Локк Дж., Магазионер Я.М., МакДональд Б.А., Малеин Н.С., Малеина Н.М., Марченко М.Н., Матузов Н.И., Малько А.В., Менгер А., Морандьер Л.-Ж., Нарижний С.В., Нежура Ю.Л., Нешатаева Т.Н., Пахман С.В., Пешкова О.А., Победоносцев К.П., Покровский И.А., Прессман Стивен, Пугинский Б.И., Потапенко С.В., Пухта Г.Ф., Рахмилович В.А., Рубинштейн Митчелл Х., Савиньи Ф.К., Садиков О.Н., Сергеев А.П., Ситдикова Л.Б., Синайский В.И., Смит А., Суржик А.Ф., Суворов Н.С., Суханов Е.А., Суховерхий В.Л., Тарасенко А.Г., Тархов В.А., Тихомиров Ю.А., Толстой Ю.К., Трофименко А.В., Фарнсворт Е.А., Филиппова С.Ю., Халм Джеймс Х., Харрис Д., Хвостов В.М., Эрделевский А.М., Яковлев В.Ф. и др.

**Эмпирическую базу исследования** составили гражданское российское законодательство и судебная практика, нормативные правовые акты и прецедентное право по вопросам охраны (защиты) делового авторитета компаний, Постановления Конституционного Суда РФ, Постановления Пленума Верховного Суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ, Определения Верховного Суда РФ, Обзоры судебной практики Президиума Верховного Суда РФ, Постановления арбитражных судов округа, апелляционные определения областных и краевых судов, решения судов первой инстанции, решения американских судов.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в том, что:

– на основе сравнительно-правового исследования законодательства и судебной практики США и России сформулировано определение понятия деловой репутации как общественного мнения о деловых качествах той или иной организации, составная часть личных неимущественных благ, тесно связанная с имущественным интересом и значительно влияющая на финансово-хозяйственные, производственные и организационно-управленческие показатели, активы и пассивы компании;

- автором сделан вывод о том, что под репутационным вредом, причиненным российскому юридическому лицу, следует понимать умаление его деловой репутации, снижение его финансовых, производственных и иных позитивных показателей и дальнейших возможностей, возникновение убытков, угрозы неполучения предпринимательской прибыли, потери конкурентоспособности, появления признаков банкротства и других негативных последствий, вызванных распространением порочащих, несоответствующих дей-

ствительности сведений, злоупотреблением правом на чужие средства индивидуализации товаров, работ и услуг;

- сформулирован научный вывод о российском юридическом лице как легальном и реальном обладателе деловой репутации, действующем по своему усмотрению, своей волей, в своем интересе в пределах, предусмотренных законом;

- дана научная характеристика деловой репутации американских компаний;

- диссертантом сформулированы теоретические положения об охране и судебной защите деловой репутации юридических лиц в России и США, предложены и обоснованы авторские понятия о судебной охране и защите деловой репутации, сделан вывод о том, что гражданско-правовое регулирование компенсации репутационного вреда в России признается судебной практикой, но имеет законодательные пробелы, поэтому нуждается в дальнейшем усовершенствовании. Основными способами защиты деловой репутации американских компаний являются компенсация репутационного вреда и возмещение убытков;

- значительную часть охраны американского гудвилла занимает привлечение к ответственности за распространение диффамационных сведений, порочащих деловой облик потерпевшей организации и не соответствующих действительности, компенсация репутационного вреда за использование чужих средств индивидуализации. Основаниями ответственности за распространение порочащих сведений в американском праве (США) являются: ложность этих сведений, факт распространения, доступность информации другим лицам, высказывание утверждений, отсутствие привилегий;

- проанализирована судебная практика охраны (защиты) деловой репутации в России и США, сделаны соответствующие выводы;

- внесены предложения о дальнейшем совершенствовании российского гражданского законодательства о защите деловой репутации юридических лиц с учетом отечественного и американского опыта.

Проведенное исследование позволило сформулировать и обосновать следующие основные выводы и **положения, выносимые на защиту**:

1. *Доказано*, что деловая репутация юридического лица – это публичное мнение (оценка, набор сведений, информации, собственные наблюдения или выводы) отдельных лиц или социальных групп, всего общества о деловых (профессиональных) качествах коммерческих и некоммерческих организаций, их учредителей (участников), сотрудников, служащих и работников в сфере осуществления легальной предпринимательской, экономической, иной социальной деятельности. Деловая репутация активно влияет на производственные и организационно-управленческие показатели коммерческих и некоммерческих организаций, на их имущественное состояние, конкурентоспособность,

является, по существу, экономической ценностью. Деловая репутация может быть умалена распространением порочащих, не соответствующих действительности, сведений.

2. *Доказано*, что репутационный вред, причиненный российскому юридическому лицу, - это вред, вызванный умалением его деловой репутации, ухудшением мнения юридической общественности, контрагентов и потребителей о деловых (профессиональных) способностях того или иного юридического лица посредством распространения порочащих сведений, не соответствующих действительности, совершения иных неправомерных действий, ведущих к снижению производственных показателей, конкурентоспособности потерпевшего лица, снижению спроса и цен на его продукцию, ухудшению его имущественного, финансового, кадрового положения, появлению признаков банкротства, возникновению нежелательных конфликтов внутри юридического лица, появлению иных негативных проблем производственного, маркетингового (коммерческого), кредитного, залогового, управленческого, кадрового характера.

3. *Сформулирован вывод* о том, том, что российское юридическое лицо является реальным субъектом гражданского права, способным обладать деловой репутацией своей деятельности, деятельности своих учредителей, участников, членов, менеджеров, сотрудников, работников во мнении других лиц. Как и физические лица, юридические лица обладают обособленным имуществом, своей волей, самостоятельностью, способностью действовать в своем интересе, по своему усмотрению в пределах легальных ограничений. Деловой репутацией в системе юридических лиц в США обладают лишь корпорации, занимающиеся предпринимательской деятельностью и преследующие в качестве основной цели извлечение прибыли. Законодательство США и его субъектов не дает легального определения юридического лица, не раскрывает его правовой природы и не регламентирует его отдельные организационно-правовые формы.

4. На основе сравнительно-правового анализа *сделан вывод* о том, что деловая репутация американских компаний тесно связана с гудвиллом. Гудвилл - это составная часть бизнеса, нематериальные активы субъекта предпринимательской деятельности, финансово-бухгалтерские показатели его экономических успехов. Американский гудвилл включает в себя: деловую репутацию во мнении потребителей возмездных услуг, товарного рынка и имущества; фактическое положение предприятия на рынке; деловые связи с другими контрагентами; качество производимой продукции и оказываемых услуг; уровень сложившейся клиентеллы; авторитет управляющего персонала (менеджмента), профессиональные качества и квалификацию менеджеров, специалистов, сотрудников; качество трудовых отношений; положительные контакты с органами государственной власти и управления, средствами массовой информации и рекламы. Немалое значение для деловой репутации американских фирм имеют средства индивидуализации фирмы.

5. *Выявлено*, что охрана (защита) деловой репутации отечественных юридических лиц - это создание с помощью судебных органов надлежащих правовых, организационных, технических условий формирования, развития и функционирования делового авторитета организации, противодействие его умалению, предупреждение и пресечение противоправных антирепутационных действий, применение мер ответственности к нарушителям репутационной дисциплины, включая компенсацию репутационного вреда и возмещение убытков.

6. *Установлено*, что деловая репутация юридического лица в России охраняется (защищается) путем: 1) опровержения порочащих репутацию сведений; 2) замены или отзыва документа, содержащего порочащую репутацию сведения; 3) опубликования ответа потерпевшего лица в СМИ, распространивших порочную информацию; 4) удаления (уничтожения) порочной информации, запрещения и пресечения ее дальнейшего распространения в различных источниках, включая сеть «Интернет»; 5) судебного признания в порядке особого производства факта умаления деловой репутации, совершенного неустановленным лицом; 6) опубликования решения суда о допущенном нарушении в средствах массовой информации; 7) возмещения репутационных убытков и репутационного вреда; 8) применения иных, не запрещенных законом, способов.

7. *Установлено*, что основным способом защиты деловой репутации юридических лиц в США является возмещение убытков, которые позволяют восстановить первоначальное положение потерпевшего лица. Защита гудвилла учитывает опыт западноевропейского сообщества (ЕСПЧ) в борьбе с диффамационными явлениями, умаляющими деловую репутацию потерпевших компаний. С доктринальной и правоприменительной позиции предлагается заимствовать американский подход к оценке судом объективных сведений и субъективных мнений о деловых качествах других лиц.

8. На основе анализа Российского законодательства и судебной практики мы *пришли к выводу* о необходимости наличия следующих условий юридической ответственности за умаление деловой репутации юридического лица: установление факта правонарушения; распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию потерпевшей компании; возникновение репутационного вреда; наличие причинно-следственной связи между действиями (бездействием) и наступившими последствиями. Американское право (США) предусматривает следующие условия ответственности за аналогичные правонарушения: не соответствие действительности; распространение и доступность информации другим лицам; высказывание утверждений; отсутствие привилегий.

9. *Обосновано*, что теория охраны и защиты деловой репутации юридических лиц в США отличается от цивилистической доктрины охраны и защиты деловой репутации в

России. Возмещение репутационных убытков является одним из основных способов защиты деловых качеств потерпевшей компании в США. Общие убытки не подлежат доказыванию и взыскиваются за распространение ложных сведений, порочащих репутацию пострадавшего лица. При причинении специальных убытков (реального ущерба) потерпевший обязан доказать факт причинения вреда потерпевшей стороне без возложения бремени доказывания его размера. Штрафные убытки могут быть взысканы лишь при умышленном распространении диффамационных сведений.

10. Установлено, что уровень деловой репутации хозяйствующих субъектов и некоммерческих структур обеспечивают: их материально-техническое и финансовое положение, инвестиционные, новационные и кредитные возможности, конкурентоспособность, уровень деловой (профессионально-производственной, организационно-управленческой) культуры, умение руководства и органов корпоративного управления решать стратегические и тактические задачи фирмы, успешно преодолевать возникающие производственные, организационные и кадровые проблемы, проблемы конкуренции, предупреждать банкротство, улучшать информационно-рекламное обеспечение, деловые связи с контрагентами и клиентелой, уважать права поставщиков, покупателей, заказчиков работ и услуг.

11. Установлено, что ухудшение американского гудвилла конкретного предприятия проявляется в: а) снижении конкурентоспособности, материально-финансовых возможностей потерпевшей организации; б) ухудшении рыночного спроса на производимую продукцию, выполняемые работы или оказываемые услуги; в) падении цены на производимые товары, выполняемые работы, оказываемые услуги; г) появлении признаков банкротства организации; г) снижении стоимости нематериальных активов и имущества организации; д) возникновении иных производственных, маркетинговых, коммерческих, кредитных, залоговых, управленческих, кадровых, этических проблем и конфликтов.

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования состоит во несении новых обоснованных в научном аспекте идей, взглядов, подходов к решению цивилистических проблем понимания и защиты деловой репутации юридических лиц в России в сравнении с теорией и практикой США. Полученные результаты могут быть использованы для:

- а) дальнейшего развития научных взглядов в России о понятии, правовой природе и защите деловой репутации юридических лиц;
- б) выявления её соотношения с американским гудвиллом;
- в) определения понятия, основания и размера компенсации репутационного вреда.

**Практическая значимость** диссертационной работы заключается в реальной возможности использования достигнутых результатов научного исследования в законотворческой, научно-образовательной, правоприменительной (судебной) деятельности в России. Диссертационный материал может быть полезен при разработке общих и специальных образовательных программ, проведении учебных занятий (лекций, семинаров) по курсу «Гражданское право» в высших учебных заведениях России.

В целях дальнейшего совершенствования гражданского законодательства о защите деловой репутации юридических лиц в России **предлагается:**

– учитывая опыт США и пробельность отечественного законодательства, в ГК РФ следует ввести институт взыскания денежной компенсации за причинение репутационного вреда юридическим лицам как способ гражданско-правовой защиты (охраны), сформулировать определение понятия репутационного вреда, установить основания, порядок и условия его компенсации, критерии определения его размера и обязанности сторон по его доказыванию, выявить признаки, объединяющие деловую репутацию с исключительными интеллектуальными правами и средствами индивидуализации, американским гудвиллом;

– закрепить в ст. 12 ГК РФ дополнительный способ защиты прав - компенсацию репутационного вреда;

– включить в ст. 152.3 ГК РФ предлагаемое диссертантом определение понятия «деловая репутация юридического лица»;

– представляется необходимым включить в состав делового авторитета отечественных организаций не только сведения иных лиц о деловых (предпринимательских) способностях, возможностях указанных субъектов, но и реальных результатах их производственной, экономической и/или управленческой деятельности; нематериальные активы; уровень деловых связей с контрагентами; качество производимой продукции, выполненных работ, оказываемых услуг, обслуживания клиентов (потребителей); состав сложившейся клиентуры; авторитетные средства собственной индивидуализации; деловые взаимоотношения с органами государственной власти и управления, средствами массовой информации, сетью Интернет, цифровой технологии; авторитет управляющего персонала (менеджмента), профессиональные качества и квалификация менеджеров, специалистов, сотрудников; качество трудовых отношений; качество соблюдения требований законодательства, договорной и налоговой дисциплины, эффективная и добросовестная самореклама.

**Степень достоверности и обоснованности научных выводов и предложений** результатов проведенного исследования обусловлены многообразием и адекватностью используемых методов исследования, всесторонним и глубоким изучением и применением

при написании диссертационной работы научных трудов российских и американских ученых, а также широким кругом используемого нормативного материала.

**Апробация результатов исследования.** Диссертация выполнена и обсуждена на кафедре гражданского права и процесса и международного частного права. Основные положения диссертации нашли отражение в 4 публикациях автора по теме исследования (3 - в изданиях, рекомендованных ВАК России и перечнем РУДН; 1 – в издании, цитируемом в международной базе Web of science).

**Структура диссертации** predetermined целью и задачами исследования, включает в себя введение, три главы, семь параграфов, заключительную часть, список использованных правовых актов, материалов судебной практики и литературы.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Диссертационная работа соответствует содержанию научной специальности 12.00.03 - Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право; п. 1.23 Право на защиту чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц; п. 4.6. Правовые режимы, определяющие положения иностранных юридических лиц.

**Личный вклад автора.** Является определяющим и заключается в непосредственном участии во всех этапах исследования – от постановки задач и их реализации до публикации результатов диссертационного исследования в научных изданиях. Содержащиеся в диссертации подходы и ее результаты использовались диссертантом в практическом применении в работе ведущим юрисконсультантом Юридического управления ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов».

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обосновывается актуальность темы, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются методологические основы, цель и задачи исследования, указываются научная новизна и практическая значимость работы.

**Глава 1. «Понятие и правовая природа деловой репутации юридических лиц в России и США»** включает в себя 3 параграфа. **В первом параграфе «Понятие и правовая природа деловой репутации юридических лиц в гражданском праве России»** отмечается, что деловая репутация принадлежит к системе нематериальных благ, для которых характерны многие квалифицирующие признаки этой системы с учетом особенностей деловой репутации вообще, и деловой репутации юридических лиц, в частности. Деловая репутация юридического лица - это представление (мнение) отдельных лиц, социальных групп или всего общества о деловых (профессиональных) качествах юридического лица в той или иной сфере общепольной социальной деятельности. В структуру позитивной деловой репутации юридического лица входят его положительные черты, характеризующие его деловые, профессиональные, организационные, информационные, интеллектуальные способности в предпринимательской или иной экономической деятельности, соответствующие требованиям закона, стандартным условиям и потребностям физических и юридических лиц, их правам и законным интересам.

Деловая репутация хозяйствующего субъекта является нематериальным активом, органической частью бизнеса, имущественной ценностью, приносящей доходы (экономическую прибыль), условием успешной работы того или иного предприятия (организации). Показателями и условиями позитивной деловой репутации юридического лица являются: благополучное хозяйственно-финансовое положение предприятия (организации), его высокий организационно-управленческий и профессиональный уровень в производственно-хозяйственной, финансовой, коммерческой, информационной, рекламной и конкурентной деятельности, деловые способности его собственников, учредителей (участников), менеджеров, сотрудников, работников, их умение налаживать деловые отношения с другими товаропроизводителями, партнерами, поставщиками, подрядчиками, исполнителями возмездных услуг, клиентами-потребителями, государственными и муниципальными органами, средствами массовой информации, рекламными службами, банковскими структурами. Деловая репутация юридического лица тесно связана: с деловым реагированием его органов управления и сотрудников на изменения финансового рынка, рынка товаров, работ и услуг; исключительными правами на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг в сфере интеллектуальной деятельности (фирменное наименование, коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара, товарный знак) (гл. 76 части четвертой ГК

РФ); деловой активностью юридических служб организации по охране и защите деловой репутации организации; умелым освещением деятельности предприятия при помощи СМИ.

Обобщение судебной-арбитражной практики показывает, что основными причинами неудовлетворительной деловой репутации юридического лица являются: недостаточный управленческий опыт, отсутствие навыков маркетинга, квалифицированного персонала, налаженной сети сбыта, дефицит материально-финансовых ресурсов, нездоровый микроклимат в коллективе, внутрикорпоративные конфликты, отсутствие единства среди мажоритарных и миноритарных акционеров, криминальные проявления отдельных руководителей корпораций, неумение руководить менеджментом и трудовым коллективом, налаживать деловые отношения с инвесторами и т.д. Положительная деловая репутация юридического лица формируется благодаря качественно произведенной продукции, оказанным услугам, выполненным работам, деловому поведению (отношению) самих бизнесменов, участников органов корпоративного управления, сотрудников, наемных работников. В свою очередь, позитивная деловая репутация позволяет успешно выполнять поставленные перед юридическим лицом производственные, социальные, культурные, образовательные, воспитательные и иные функции и задачи, предусмотренные законом, подзаконными нормативно-правовыми актами и локальными (уставными) нормами. Деловую репутацию могут иметь не только участники (субъекты) предпринимательской деятельности, преследующую в качестве основной цели извлечение прибыли (коммерческие организации), но и некоммерческие организации.

**Во втором параграфе «Российские юридические лица как носители и пользователи деловой репутации» первой главы** анализируются особенности различных организационно-правовых форм юридических лиц в России, порядок их возникновения, функционирования и прекращения, специфика пользования деловой репутацией в условиях российского правопорядка. Особенности правового статуса юридических лиц существенным образом влияют на формирование, использование, охрану и защиту их деловой репутации. Иными словами, правовая характеристика деловой репутации юридических лиц тесно связана с их правовым статусом, особенностями формирования и исполнения его воли и волеизъявления, функционированием волеобразующих и волеисполняющих органов, использованием материальных, финансовых и трудовых ресурсов, решением конкретных производственных и внепроизводственных задач и функций. Реформационные изменения гражданского законодательства в России привели в последние годы к возникновению системы коммерческих и некоммерческих, корпоративных и унитарных организаций, способных обладать деловой репутацией. Современный отечественный законодатель предусматривает весьма важные положения о правовом статусе, организационно-правовых

формах юридических лиц, условиях их участия в имущественном обороте, порядке создания, реорганизации и прекращения, правах и обязанностях их учредителей (участников), ответственности, особенностях участия государственных и муниципальных органов в качестве юридических лиц в имущественных правоотношениях, регулируемых нормами гражданского законодательства. Российские ученые-правоведы внесли достойный вклад в цивилистическое учение о сущности юридического лица и его формах.

В цивилистике существовали и существуют различные учения о понятии и правовой природе юридического лица: теории фикции, целевого имущества, интереса, органической идеи, социальной реальности, коллектива, управления, директора, государства, социальных связей, правовых средств и др. По мнению диссертанта, юридические лица не являются фикцией, искусственным образованием. Это уникальное сочетание правовой формы и реального содержания. Несмотря на свое идеальное (правовое) происхождение, они имеют реальный, а не искусственный характер. Как известно, юридические лица - это организации, наделенные обособленным (реальным) имуществом, способностью действовать по своему усмотрению, своей волей и в своем интересе, быть истцом и ответчиком, осуществлять свои (субъективные) права и юридические обязанности от своего имени, нести гражданско-правовую ответственность в установленном законом порядке (ст. 48 ГК РФ).

Юридическое лицо обладает самостоятельной (единой) реальной волей, формируемой из многочисленных желаний (воли) своих участников (или моноучастника), подчиняет своей воле их поведение, организует производственную, управленческую или иную деятельность, разрешенную законом и зафиксированную в учредительном документе (уставе), в пределах ограничений, предусмотренных законом, учредительными документами, договором (соглашением). Волевые действия представителей, совершенные от имени юридического лица в пределах полномочий, считаются действиями самого юридического лица, а решения высших органов корпоративных организаций являются обязательными для всех учредителей (участников) корпорации. Для юридического лица, как субъекта гражданского права (правоотношения), участника имущественного оборота, весьма важно иметь свое деловое (профессиональное) имя (авторитет, имидж, гудвилл).

**В третьем параграфе «Особенности деловой репутации юридических лиц в США» первой главы** исследуется специфика деловой репутации (гудвилла) американских юридических лиц (корпораций). В отечественной юридической доктрине понятия «деловая репутация» и «гудвилл» (от англ. goodwill - «добрая воля») зачастую отождествляют, используют как слова-синонимы, в то время как эти понятия неидентичны. Помимо личных качеств сотрудников бизнеса, в состав гудвилла входят: местоположение бизнеса, гудвилл товаров, контрактов, наименование компании. В состав гудвилла

включаются качество персонала компании, перспективы роста её маркетинговых возможностей. Некоторые американские исследователи относят к гудвиллу такие нематериальные блага, как: особые знания и умения, высокий управленческий потенциал, хорошее конкурентоспособное положение, деловые отношения с партнерами, конкурентами и потребителями. Согласно правовой догматике США, гудвилл - это нематериальный актив, используемый при оценке деловой репутации. Зачастую его называют разницей между справедливой стоимостью компании в целом и стоимостью всех чистых активов на момент приобретения бизнеса. Часть исследователей США утверждает, что в гудвилл входят неидентифицируемые неотъемлемые нематериальные активы (особые умения и навыки персонала (менеджмента), благожелательное поведение потребителей, наличие официальных (правовых) правил взаимоотношения с партнерами, клиентами, представителями органов власти, средств массовой информации) (юридический гудвилл), а также идентифицируемые отъемлемые от бизнеса активы (авторские права, договоры, патенты, франчайзинговые соглашения и т.д.). Американский гудвилл включает в себя не только качественные (деловые) характеристики предпринимательской деятельности конкретной корпорации, их финансовые возможности и размеры получаемой прибыли, но и исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, приравненные к ним средства индивидуализации. В конечном итоге, в научном мире США существует несколько точек зрения относительно юридической природы гудвилла: 1) гудвилл - это нематериальный актив; 2) гудвилл - не актив; 3) гудвилл занимает особое положение; 4) гудвилл отличается от актива.

Американский гудвилл тесно связан с бизнесом, рассматривается преимущественно в экономико-бухгалтерском аспекте и нуждается в правовом понимании и оформлении, включая состав бизнес-гудвилл, право собственности на результаты гудвилл. Гудвилл - это набор неидентифицируемых объектов нематериального характера, неотъемлемая часть стоимости бизнеса. Это особые нематериальные активы, предназначенные для определенного вида предпринимательской деятельности. Американский гудвилл включает в себя: деловую репутацию во мнении потребителей возмездных услуг, товарного рынка и имущества; фактическое положение бизнеса на рынке, деловые связи с другими участниками бизнеса, качество производимой продукции и предоставляемых услуг, сложившуюся клиентуру, авторитет управляющего персонала (личный гудвилл), личные и профессиональные качества, квалификацию сотрудников, гармоничные трудовые отношения, положительные контакты с органами государственной власти и управления, другими компаниями, средствами массовой информации. Немалое значение для деловой репутации американских фирм имеют товарные знаки, фирменные наименования, базы данных, ноу-хау, иные виды исключительных (интеллектуальных) прав, средства индивидуализации хозяй-

ствующего субъекта, уровень договорной системы фирмы, организационные расходы, эффективная реклама и т.п.

По утверждению диссертанта, американский «гудвилл» и российская «деловая репутация» имеют много общего: это воспринимаемые обществом (социальной группой), контрагентами, потребителями, органами публичной власти, средствами массовой информации положительные качества товаропроизводителя, исполнителя профессиональных услуг, участника имущественного оборота, уровень его профессиональной культуры, качество выпускаемой продукции, оказываемых услуг (обслуживания), выполняемых работ, уровень профессиональной подготовки и качество работы его менеджмента, руководящего состава, конкурентоспособность, материально-финансовое состояние компании, добросовестное исполнение ею договорных и публично-правовых (налоговых) обязательств. В то же время, для российских юристов-цивилистов деловая репутация - это мнение (отражение) окружающих товаропроизводителя, исполнителя работ и возмездных услуг лиц о деловых качествах юридических и физических лиц, а в американской интерпретации гудвилл - это совокупность качественных характеристик субъектов предпринимательской деятельности, условий его успешного бизнеса, теснейшая связь с имуществом, активами, доходами и прибылью.

Законы некоторых штатов США (например, ГК штата Калифорния) разъясняют, что юридические лица - это корпорации, организации, тресты, ассоциации. В американском корпоративном праве доминируют компании (корпорации), т.е. предпринимательские организации, которые в противовес предпринимательским партнерствам, являются собственниками объединенного имущества (капитала), предназначенного для извлечения предпринимательской прибыли. К основным признакам корпораций принято относить: 1) обладание правовым статусом юридической личности, как самостоятельного субъекта права; 2) автономность (от своих учредителей, участников); 3) участие в обороте от собственного имени; 4) участие в управлении и имуществе корпорации на основе права участия, права на долю в уставном капитале корпорации; 5) правовая возможность отчуждения доли в уставном капитале и добровольного выхода из состава участников, прекращения корпоративного правоотношения по собственному усмотрению. Наряду с бизнес-корпорациями в американском правовом порядке имеются некоммерческие и публичные корпорации. Общие хозяйственные партнерства имеет правовой статус, похожий на статус полных хозяйственных товариществ России, а ограниченные партнерства напоминают коммандитные хозяйственные товарищества (товарищества на вере). Особой организационно-правовой формой юридического лица в США обладают предпринимательские тресты.

Российскому законодателю следует воспринять положительные качества института гудвилла с тем, чтобы в условиях российской действительности устранить некоторые недостатки в обсуждаемой сфере, создать стройную систему финансового, экономического и правового обоснования содержания и структуры деловой репутации, правовые средства (способы) её охраны и защиты.

**Глава 2. «Реализация охраны деловой репутации юридических лиц в России и США»** включает в себя 2 параграфа.

**В первом параграфе второй главы «Реализация вопросов охраны деловой репутации юридических лиц в России»** с теоретических позиций исследуются особенности охраны и защиты деловой репутации юридических лиц в России. Выявлено, что «охрана» является родовым понятием для «судебной защиты», предполагает создание надлежащих условий для нормального осуществления субъективных гражданских прав в отношении деловой репутации, принятия мер по предупреждению и пресечению возможных или готовящихся правонарушений, умаляющих деловую репутацию коммерческой или некоммерческой организации. Судебная защита деловой репутации юридического лица - это институт российского гражданского права, совокупность правовых норм, принципов, правил и процедур, деятельность суда по рассмотрению судебного конфликта, восстановлению первоначального положения, возмещению убытков, компенсации репутационного вреда, применению иных легальных способов гражданско-правовой защиты и мер ответственности. Деловая репутация юридических лиц может быть защищена путем: 1) опровержения порочащих репутацию сведений; 2) замены или отзыва порочащего документа; 3) опубликования ответа потерпевшего лица в СМИ, распространивших порочную информацию; 4) удаления порочной информации, запрещения и пресечения ее дальнейшего распространения в различных источниках, включая сеть «Интернет»; 5) судебного признания в порядке особого производства факта умаления деловой репутации, совершенного неустановленным лицом; 6) опубликование решения суда о допущенном нарушении в СМИ; 7) возмещения убытков и компенсации репутационного вреда.

Легальными основаниями судебной гражданско-правовой ответственности за нарушение деловой репутации юридического лица являются: 1) распространение порочащих, не соответствующих действительности, сведений, касающихся деловых, предпринимательских, профессиональных, нравственно-этических качеств работы юридического лица, его руководителей и обслуживающего персонала, влияющих (или способных повлиять) на результаты финансово-хозяйственной, управленческой и иных видов деятельности, не запрещенных законом, авторитет фирмы и её сотрудников; 2) недобросовестная конкуренция; 3) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну, использование чу-

жого товарного знака, фирменного наименования, коммерческого обозначения и других исключительных прав юридического лица; 4) недобросовестная реклама; 5) иные основания, предусмотренные законом.

Удовлетворение иска о защите деловой компенсации требует установления: факта распространения сведений, не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию; наличия вины причинителя вреда (убытков); причинно-следственной связи между действиями (бездействием) делинквента и наступившими последствиями. Необходимо различать сведения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения, которые не являются объектом судебной защиты в рамках ст. 152 ГК РФ, так как выражают субъективное мнение и взгляды ответчика и не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности. Действующая ст. 152 ГК РФ не допускает применение нормы о компенсации морального вреда за причинение вреда при распространении сведений, умаляющих деловую репутацию юридического лица, однако не запрещает защиту деловой репутации по аналогии с защитой деловой репутации физических лиц (п. 11).

**В параграфе втором «Реализация вопросов охраны деловой репутации юридических лиц в США»** дается общая характеристика судебной защиты гудвилла в США. Известно, что ведущее место в правовой системе США занимает прецедентное право, правда, в последнее время наблюдается рост законодательного сегмента в виде кодифицированных и консолидированных правовых актов, делегированного законодательства, парламентских статутов. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод предоставляет реальную возможность государствам-членам определять юридическую природу, основания и условия возмещения нематериального вреда, вызванного невидимыми (нематериальными) потерями, которые не могут быть подвергнуты экономическому расчету. Судебная защита деловой репутации (гудвилл) в США тесно связана с европейским законодательством и направлена на обеспечение баланса свободы слова и права на деловую репутацию. В праве США под диффамацией понимают распространение неверных сведений, порочащих честь и достоинство физического или юридического лица (компаний). Американское право подходит к диффамационному ущербу деловой репутации юридического лица с позиций гражданско-правовой ответственности, возлагает на истцов обязанность доказать не только факт распространения сведений ответчиком, но и несоответствие распространенных сведений действительности и их порочность. Корпорации могут обращаться в суд о защите деловой репутации только в том случае, если её умаление произошло в бизнес-деятельности. Основными условиями ответственности нарушителя доброго имени потерпевшей организации в США являются: наличие факта распространения ложных порочащих сведений; доказывание истцом порочности сведений о нем; до-

ступность этих сведений другим (третьим) лицам; сообщение объективных утвердительных сведений, а не субъективных мнений; вредоносность этих сведений для репутации другого лица (лиц). В американском праве содержатся перечни «привилегированных» сообщений, которые пользуются иммунитетом от предъявления исков, связанных с диффамацией. Основным способом защиты деловой репутации юридических лиц (компаний) в США является возмещение убытков, позволяющим восстановить первоначальное положение потерпевшего лица (*restitution in integrum*).

**Глава 3. «Судебная защита деловой репутации юридических лиц в России и США»** включает в себя два параграфа.

**В первом параграфе третьей главы «Судебная защита деловой репутации юридических лиц в России»** освещаются вопросы судебной практики по защите деловой репутации юридических лиц в России. Возмещение нематериального (репутационного) вреда, причиненного юридическому лицу вследствие умаления его деловой репутации, возник как способ гражданско-правовой защиты юридических лиц в нашей стране под воздействием практики Европейского суда по правам человека, ч. 2 ст. 45 Конституции РФ, Определения Конституционного Суда РФ от 4 декабря 2003 г. № 508-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации», практики арбитражных судов и доктрины гражданского права после вступления в силу ГК РФ в полном объеме. Современная судебная защита нематериального (репутационного) вреда, причиняемого российским юридическим лицам, намного усложнилась в связи с доказыванием факта возникновения такого вреда и его размеров, наличия причинно-следственной связи между действиями и наступившими последствиями, иных условий гражданско-правовой защиты и ответственности. В ходе обобщения судебной практики выявлено, что в современном законодательстве России и судебно-арбитражной практике имеется пробел в нормативно-правовом регулировании института возмещения нематериального (репутационного) вреда юридическим лицам при защите их деловой репутации. Необходимо на законодательном уровне (в ГК РФ) дать легальное определение деловой репутации юридического лица, нематериального (репутационного) вреда, причиняемого предприятию (организации), предусмотреть основание, условия и порядок возмещения репутационного вреда, процедуру определения его размера (стоимости).

Умаление деловой репутации, причинение репутационного вреда может привести к: а) снижению конкурентных способностей, материально-финансовых возможностей потерпевшей организации; б) потере рыночного спроса и цены на её товары, работы и услуги; в) возникновению производственных, маркетинговых, коммерческих, кредитных, залоговых, управленческих, кадровых, этических проблем и конфликтов, дополнительных

репутационных потерь и убытков. Для производства компенсации нематериального (репутационного) вреда потерпевший обязан подтвердить не только факт распространения ложных сведений, умаляющих его деловую репутацию, но и представить суду доказательства наличия сформированной репутации о нем в той или иной сфере деловых отношений (промышленности, бизнесе, услугах, образовании и т.д.), её умаления ввиду неправомерных действий правонарушителя.

**В параграфе втором третьей главы «Особенности судебной защиты деловой репутации юридических лиц в США»** отмечается, что основными способами судебной защиты деловой репутации американских компаний являются компенсация репутационного вреда и возмещение убытков. Активную роль американские суды играют при защите гудвилла компаний путем привлечения к ответственности за распространение диффамационных сведений, порочащих деловой облик потерпевшей организации. Американское право подходит к диффамационному ущербу с позиций гражданско-правовой ответственности (при наличии вины), в то время как отечественное гражданское законодательство предусматривает альтернативные способы восстановления нарушенных прав, не требующие наличия вины и правонарушения. Американское право (США) содержит исключительные юридические составы, позволяющие уменьшить сложность доказывания репутационного ущерба путем установления случаев безвиновной ответственности в обсуждаемой сфере, которых не знает российское законодательство. Судебное (прецедентное) право США создало целостную картину защищаемого структурного состава деловой репутации. В состав гудвилла входят: деловое качество (репутация) собственника, природа и характер бизнеса, его месторасположение, влияние на современный рынок и социально-экономический климат. В целях «коммерциализации» нематериальных благ американские судьи различают личный и профессиональный гудвилл. Первая поправка к Конституции США изменила отношение американских судей к законам о диффамации. Американское право (США) предусматривает следующие условия привлечения лица к юридической ответственности за распространение порочащих сведений: распространение ложной информации; доступность этой информации другим лицам; высказывание утвердительного заявления, а не предполагаемого мнения; отсутствие привилегий. Истец призван обосновать размер (стоимость) причиненного вреда, факт заблуждения своих клиентов и тождество своих товаров, работ или услуг с исключительными правами на средства индивидуализации. Большое внимание при защите деловой репутации юридических лиц суды США уделяют добросовестности спорящих сторон.

**В заключении** изложены основные выводы по теоретическим и практическим проблемам диссертационного исследования.

**Основные положения диссертации отражены в следующих работах автора:****Статьи, опубликованные в изданиях международной базы (Web of science):**

1. Ястребов В.В. (в соавторстве) Smart contract concept and signs: comparative legal analysis of the legislation in Russia, Belarus, the EU and the USA / В.В. Ястребов (в соавторстве) // Turismo: Estudos & Praticas (UERN), Mossoro/RN, Caderno Suplementar 03, 2020 / <http://natal.uern.br/periodicos/index.php/RTEP> [ISSN 2316-1493] / Geplat: Caderno Suplementar, N. 5, DEZEMBRO, 2020 / Publicado: 2020-11-24. С. 1-8.

**Статьи, опубликованные в изданиях рекомендованных ВАК России и перечнем РУДН:**

1. Ястребов В.В. Распространение ложных, неверных сведений, порочащих честь и достоинство лица или компании по законодательству США / В.В. Ястребов // Legal Concept. 2018. Vol. 17. №. 4 / Правовая парадигма. 2018. Т. 17. №. 4. С. 113-116.

2. Ястребов В.В. Влияние на деловую репутацию юридического лица диффамации, совершенной в отношении него самого, органов управления работников // Legal Concept. 2019. Vol. 18/ №. 1 / Правовая парадигма. 2019. Т. 18. №. 1. С. 137-141.

3. Ястребов В.В. Защита должной (деловой) репутации юридического лица в праве РФ и США // Legal Concept. 2019. Vol. 18/ №. 2 / Правовая парадигма. 2019. Т. 18. №. 2. С. 117-121.

**Ястребов Владимир Валерьевич**  
**(Российская Федерация)**

**ПРАВОВАЯ ОХРАНА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В ПРАВЕ  
РФ И США**

Диссертация посвящена исследованию положения доктрины гражданского права, норм российского и американского законодательства, материалов судебной практики России и США по охране (защите) в России и США, связанных с деловой репутацией юридических лиц. Проведен комплексный сравнительно-правовой анализ между Россией и США в области правовой охраны (защиты) деловой репутации юридических лиц. Проанализированы дискуссионные теоретические и практические вопросы, связанные с темой исследования, сформулирован ряд научно-практических выводов и предложений.

**Yastrebov Vladimir**  
**(Russian Federation)**

**LEGAL PROTECTION OF BUSINESS REPUTATION OF LEGAL ENTITIES IN THE  
LAW OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE USA**

The dissertation is devoted to the study of the provisions of the doctrine of civil law, the norms of Russian and American law, materials of the judicial practice of Russia and the United States on the protection (defense) in Russia and the United States related to the business reputation of legal entities. A comprehensive comparative legal analysis was conducted between Russia and the United States in the field of legal protection (protection) of the business reputation of legal entities. Discussions on theoretical and practical issues related to the topic of research were analyzed, a number of scientific and practical conclusions and proposals were formulated.