УДК/UDC 347

Особенности защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Торжинский Роман Альбертович
студент юридического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: torino12345@yandex.ru

Аннотация

В современных условиях информационного общества деловая репутация организаций и индивидуальных предпринимателей становится важной составляющей для привлечения потенциальных контрагентов и потребителей посредством создания о субъекте предпринимательства положительного представления на рынке посредством размещения информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Отмечается, что распространитель информации в сети Интернет может действовать анонимно и его невозможно идентифицировать. Это ограничивает возможность опровергнуть порочащие сведения лицом, в отношении которого были опубликованы такие сведения. Доведение решения суда о признании сведений не соответствующим действительности до определенного круга лиц возлагается на субъекта, чьи права нарушены. Автор приходит к выводу, что в целях восстановления нарушенного права субъект предпринимательской деятельности может использовать общие и специальные способы защиты своей деловой репутации: опубликование ответа, удаление информации из сети Интернет, опровержение распространенных порочащих сведений, возмещение убытков.

Ключевые слова: деловая репутация, информационно-телекоммуникационная сеть Интернет, электронная торговля, порочащие сведения.

Features of the Protection of the Reputation of Business Entities on the Internet

Torzhinskiy Roman Albertovich
student of the Faculty of Law
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: torino12345@yandex.ru

Abstract

Under the modern conditions of the information society, the business reputation of organisations and individual entrepreneurs is becoming an important component for attracting potential counterparties and consumers by creating a positive view of the business entity on the market by posting information on the Internet. It is noted that the distributor of information on the Internet can act anonymously and cannot be identified. This limits the opportunity to disprove defamatory information by a person against whom such information was published. Reporting a court decision on the recognition of untrue information to a certain circle of persons is imposed on the subject whose rights have been violated. The author comes to the conclusion that, in order to restore the violated rights, a business entity can use general and special ways to protect his business reputation: publishing a response, deleting information from the Internet, refuting widespread discrediting information, indemnifying losses.

Key words: business reputation, Internet, electronic commerce, defamatory information.

С каждым годом все больше товаров, работ и услуг реализуются через информационно-коммуникационную сеть Интернет. Многие интернет-ресурсы находятся в прочной связи с процессами осуществления предпринимательской деятельности: от выбора потенциальных контрагентов до поиска информации о субъекте предпринимательской деятельности со стороны потребителя [1].

Особенностью информационно-телекоммуникационной сети является то, что информация распространяется в ней моментально, а пресечь такое распространение практически невозможно. Зачастую среди такой информации встречаются сведения, порочащие деловую репутацию орга-

низации или индивидуального предпринимателя. В свою очередь, привлечение распространителя порочащей информации к ответственности на практике может вызвать трудности, поскольку распространитель информации, заимствуя и размещая на своем интернет-сайте контент, взятый им с другого сайта, мог действовать неумышленно и заблуждаться относительно достоверности сведений.

Как отмечает И. М. Рассолов, распространение дискредитирующей информации в отношении субъектов предпринимательства может осуществляться с использованием социальных сетей, форумов, сравнительных и аналитических обзоров, электронных рассылок и т. п., когда владельцы интернет-сайта не несут ответственность за высказанное суждение участников интернет-отношений [2]. Несмотря на умаление деловой репутации индивидуального предпринимателя или организации и возможность потерять связь с контрагентами, инвестиционными вложениями и потребителями, право на деловую репутацию в данном примере необходимо соотносить с конституционным правом поиска, получения, передачи, производства и распространения информации любым законным способом (ч. 4 ст. 29 Конституции РФ) [3].

При рассмотрении способов защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, необходимо акцентировать внимание на субъекте, в отношении которого может быть обращено исковое заявление о защите деловой репутации. Например, требование удалить порочащий честь, достоинство и деловую репутацию контент из информационно-телекоммуникационной сети Интернет может быть обращено к владельцу интернет-сайта.

Стоит отметить, что распространитель информации в сети Интернет может действовать анонимно, и его невозможно идентифицировать. Это ограничивает возможность опровергнуть порочащие сведения лицом, в отношении которого были опубликованы такие сведения. Доведение решения суда о признании сведений не соответствующим действительности до определенного круга лиц возлагается на субъекта, чьи права нарушены.

В данном случае организация или индивидуальный предприниматель, деловая репутации которой (-ого) была опорочена, может обратиться с исковым заявлением в суд о признании распространенных сведений не соответствующими действительности (ч. 8 ст. 152 ГК РФ) [4].

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что в целях восстановления нарушенного права субъект предпринимательской деятельности может использовать общие и специальные способы защиты своей деловой репутации: опубликование ответа, удаление информации из информационно-телекоммуникационной сети Интернет, опровержение распространенных порочащих сведений, возмещение убытков.

Список литературы

1. Руденко Е. Ю., Усенко А. С. К вопросу о понятии электронной торговли // Научное обеспечение агропромышленного комплекса: Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых / Ответственный за выпуск: А. Г. Кощаев. 2016. С. 579–581.

2. Рассолов И. М. Право и Интернет. Теоретические проблемы. 2-е изд., доп. М.: Норма, 2009. 384 с.

3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 №11-ФКЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 04.08.2014. № 31. Ст. 4398.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.