

Компенсация морального вреда при защите деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности

А.А. Незнамова

Московский университет им. А.С. Грибоедова, Академия труда и социальных отношений, г. Москва, Российская Федерация, aanegn@gmail.com

Аннотация. Недостаточное законодательное регулирование вопросов компенсации морального вреда при защите деловой репутации ведет за собой сложности в процессе его применения. В статье рассмотрены некоторые из проблем, возникающие при защите деловой репутации, когда суды при определенных обстоятельствах выносят решения об отказе в удовлетворении требования о компенсации морального вреда с учетом состояния деловой репутации заявителя до момента распространения о нем порочащих сведений. Автором исследованы ряд теоретических подходов исследователей к защите деловой репутации, исследованы позиции судов, которые учитывают различные обстоятельства при вынесении решений по защите деловой репутации, выработаны предложения по законодательному урегулированию проблемы компенсации морального вреда при распространении недостоверных сведений о деловой репутации организации.

Ключевые слова: моральный вред, деловая репутация, защита, компенсация

Для цитирования: Незнамова А.А. Компенсация морального вреда при защите деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // Юридический вестник ДГУ. 2024. Т. 51, № 3 (71). С. 119–125. DOI: 10.21779/2224-0241-2024-51-3-119-125

Original article

Compensation for moral damage when protecting the business reputation of business entities

Alla A. Neznamova

Moscow University named after A.S. Griboyedov, Academy of Labour and Social Relations, Moscow, Russian Federation, aanegn@gmail.com

Abstract. Insufficient legislative regulation of issues of compliance with moral damages when protecting business reputation leads to such complexity in the process of its application. The article considers one of the problems that arise in the protection of business reputation, when the courts, under certain circumstances, decide to refuse to satisfy the claim for compensation for moral damage, taking into account the state of the applicant's business reputation until the dissemination of defamatory information about him. The author examines some theoretical approaches of researchers to the protection of business reputation, examines the positions of courts that take into account various circumstances when making decisions on the protection of business reputation, and develops proposals for a legislative settlement of the problem of compensation for moral damage when spreading false information about the business reputation of an organization.

Keywords: moral damage, business reputation, protection, compensation

For citation: Neznamova A.A. Compensation for moral damage when protecting the business reputation of business entities. *Yuridicheskii vestnik DGU = Law Herald of DSU*, 2024, vol. 51, no. 3 (71), pp. 119–125. DOI: 10.21779/2224-0241-2024-51-3-119-125. (In Russ.).

Для дальнейшего развития отечественного предпринимательства важно создать условия для свободной реализации и защиты предпринимателями и юридическими лицами своих прав. Особенно это важно в условиях импортозамещения. В комплексе прав предпринимателей в последнее время все большее значение приобретают такие неимущественные права как право на деловую репутацию и ее защиту. Это также связано с переходом к информационному обществу и возрастанием роли информации и ее источников.

Деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности складывается на основе как

личного опыта работы с ним, так и на основе экспертных оценок экономической, правовой, экологической и других сторон его деятельности. В формировании общей деловой репутации участвуют как граждане – потребители товаров или услуг, так и другие представители бизнес-среды, журналисты и обозреватели, специалисты и эксперты. В обиходе также существует такое понятие как имидж компании. Пожалуй, он является составной частью деловой репутации и означает коллективное субъективное мнение потребителей, которое складывается на основе информации в рекламе, СМИ, социальных сетях и пр. Поэтому, что касается такой части деловой

вой репутации, то она формируется в основном не профессиональными или экспертными оценками, а в большей степени за счет эмоционального восприятия. Именно имиджевая составляющая компании наиболее подвижна и подлежит влиянию со стороны недоброжелателей и конкурентов.

Особенностью деловой репутации как нематериального блага является некая субъективность. Ведь она складывается из оценок различных лиц (партнеров, конкурентов, покупателей и пр.). Поэтому не всегда состояние деловой репутации отражает фактическое положение вещей в компании. Например, наличие негативных отзывов о компании не обязательно означает действительное отсутствие финансовой грамотности или низкий уровень сервиса. Но если организация или предприниматель работают на рынке в течение ряда лет, то оценка их репутации приобретает более объективный характер. Их репутация нарабатывается с годами, и у причастных к работе компании лиц появляется больше аргументов для положительной или отрицательной оценки ее деятельности.

В этой связи актуальным вопросом является правовая защита деловой репутации участников предпринимательской деятельности.

Рассматривая заявления юридических лиц и предпринимателей о защите деловой репутации и компенсации морального вреда, в разные годы суды имели различный подход к характеру права на деловую репутацию субъекта предпринимательства, склонялись к разным подходам о компенсации морального вреда. В первую очередь это объясняется широким спектром существующих в 90-х годах правовых норм относительно компенсации морального вреда и изменениями, внесенными в развитие главы 8 Гражданского кодекса РФ, что и предопределило и изменения подходов в решениях высших судов. Очевидно, что недостаточно совершенное законодательное регулирование вопросов компенсации морального вреда при защите деловой репутации повлекло за собой сложности в процессе его практического применения. Считаем, что устоявшееся мнение, что деловая репутация юридических лиц не есть материальное благо, хотя и защищается большинством способов, предусмотренных ст.152 ГК РФ, требует обсуждения. По нашему мнению деловая репутация юридических лиц может рассматриваться в качестве одной из разновидностей прочего имущества организации в смысле нормы ст.128 ГК РФ.

Следует обратить внимание на существование ряда проблем при рассмотрении судами вопросов компенсации морального вреда при защите деловой репутации юридических лиц. Анализ правоприменительной практики, порождает вопрос о том, есть ли такие виды предпринимательской деятельности, осуществление которых априори предполагает отсутствие в целом положительной деловой репутации? Если обратиться к нормам

ст. ст. 2, 10 ГК РФ, то законодатель предполагает добросовестное поведение участников оборота. Стало быть, если тот или иной вид коммерческой деятельности не запрещен законом, то сама по себе такая деятельность не нарушает нормы нравственности и интересы других лиц.

Однако обществом та или иная деятельность может оцениваться по-разному. Как известно, к общепризнанным нравственным ценностям относятся человеческую жизнь и здоровье, семью, гуманизм, взаимопомощь, права и свободы, безопасность детей и пр. И в представлении значительной части людей отдельные виды деятельности могут в целом восприниматься негативно. Речь идет о таких видах деятельности, как, например, производство и торговля табачной и алкогольсодержащей продукцией. В рамках дискуссии проведенной Институтом демографии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» приводятся данные статистического исследования ученых США, согласно которому люди из сорока стран мира высказались о неприемлемости с позиции морали азартных игр (78 процентов респондентов), продажи алкоголя (42 процента), проведения аборт (56 процентов)¹. В этой связи у отдельных лиц может возникать вопрос о том, имеет ли порок деловая репутация предпринимателей, занятых в указанных видах деятельности. Ведь большая часть ученых связывают деловую репутацию с такими категориями как достоинство, доброе имя и отмечают первичность социального начала деловой репутации по отношению к правовому и экономическому [1, с. 49, 2, 5, 8].

Вероятнее всего, с позиции людей, осуждающих ту или иную коммерческую деятельность, такие субъекты будут являться имеющими негативную репутацию. Однако это никак не должно нарушать права таких субъектов на защиту от распространения недостоверной или порочащей их информации. Хотя суды оценивают состояние деловой репутации лица до факта распространения порочащих сведений, что порой влияет на принятие решения.

В качестве примера приведем Решение от 07.03.2018 г. по делу № А56-68012/2017, вынесенное по иску индивидуального предпринимателя к ООО «Реалист» и общественному уполномоченному по правам ребенка в Санкт-Петербурге². В своем решении суд, оценивая представленные доказательства, пришел к выводу о том, что рас-

¹ Сайт Домоскоп Weekly №595-596 21 апреля-4 мая 2014 года. URL: www.demoscop.ru (дата обращения: 12.12.2023).

² Решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 07.03.2018 г. по делу № А56-68012/2017 // Официальный сайт Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Картотека дел. А56-68012/2017. URL: arbitr.ru (дата обращения: 12.12.2023).

пространение негативного характера сведений о продукции эротического характера, продаваемой истцом – индивидуальным предпринимателем, само по себе не влечет нарушение его права на защиту нематериального блага, так как касается репутации, созданной истцом в другой культурологической среде, система ценностей которой отличается от той, что присуща культурным традициям российского общества. Для последнего характерно признание семейных ценностей, норм морали. И в этой связи публикации ответчиков в свете рассматриваемой проблемы были направлены на защиту интересов общественной морали. Однако следует отметить, что сложность данного вопроса заключается в проблемности определения связей сторон данного дела с понятием «нарушение моральных принципов». В итоге суд отказал истцу в удовлетворении требований об обязании ответчиков опубликовать опровержение и о взыскании с них компенсации морального вреда. Вышестоящие судебные инстанции оставили решение без изменения.

Следует сказать, что занятие тем или иным видом деятельности (в рассмотренном случае – розничная продажа товаров эротического характера) само по себе не является незаконным или посягающим на нормы общественной морали. Другое дело, что ответчики в своих статьях обращали внимание на то, что истец рекламировал товары как для аудитории 0+. В данном случае было бы уместно говорить о нарушениях Истцом Федерального закона «О рекламе»¹ и Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»², который в главе 2 предусмотрел правила возрастной классификации информационной продукции.

В рассмотренном случае, по нашему мнению, было бы правильно оценить состояние деловой репутации истца на момент публикации статей, но из этого не следует вывод о том, что репутация истца вовсе не подлежит правовой защите, какой бы она ни была. Высказывания в спорных статьях действительно были довольно резкими и отчасти оскорбительными и могли нанести вред деловой репутации истца. Суждение о том, что репутация истца создана в среде, отрицающей морально-нравственные ценности, довольно спорное. Предприниматель, в свою очередь, не позаботился о своей деловой репутации, нарушив требования закона о рекламе.

Еще одной проблемой правоприменения является отсутствие прямого регулирования вопроса

о допустимости перехода права требования компенсации морального вреда. Этот вопрос актуален для граждан, занимающихся предпринимательской деятельностью, и их наследников. В частности, если предприниматель, деловая репутация которого пострадала, умер, так и не успев обратиться за защитой своего права, или умер после подачи соответствующего иска, вправе ли его наследники претендовать на получение компенсации морального вреда?

Вопрос может возникать ввиду того, что ст. 383 ГК РФ не относит право на компенсацию морального вреда к перечню прав, которые неразрывно связаны с личностью их правообладателя и, как следствие, не могут переходить к иным лицам. Но ст. 383 ГК РФ и не ставит целью дать полный перечень таких прав, а указывает право требования алиментов и возмещения вреда жизни и здоровью в качестве примеров. В каждом случае применительно к конкретному праву надлежит оценивать, насколько оно неразрывно связано с личностью правообладателя.

По нашему мнению позиция, что право требования компенсации морального вреда, однозначно не подлежащим переходу к другим лицам требует определенной критики. Право на компенсацию морального вреда является не правом на какое-то определенное благо, а правом, вытекающим из способа защиты нарушенного права, например, права на деловую репутацию. Поэтому, по крайней мере, следует сначала оценить, нарушение какого права повлекло соответствующий способ его защиты, и после этого прийти к выводу.

Существует мнение, согласно которому компенсация морального вреда есть компенсация гражданину за понесенные им страдания (нравственные или физические), за нарушение его психологического состояния. В этой связи право требовать компенсацию морального вреда носит всегда личный характер, следовательно, не входит в состав наследственного имущества. По данной логике наследники предпринимателя, подавшего иск о взыскании компенсации за нарушение его деловой репутации, не смогут наследовать право требования; дело в таком случае должно подлежать прекращению.

Однако такое мнение весьма спорно по ряду причин. Во-первых, переход права требования возможен не только по наследству, но и по договору цессии. И в законодательстве нет запрета уступить право требования компенсации морального вреда за нарушенную деловую репутацию. Это требование действительно вытекает из нарушения неимущественного права лица на деловую репутацию, однако само по себе право требования денежной компенсации вполне материальное. В данном случае спор может идти о наличии или отсутствии самого факта нарушения деловой репутации, и правопреемнику может быть сложнее его доказать, однако данный вопрос подлежит разрешению в добровольном или судебном порядке. Неясно, почему лицо может передать право требования

¹ О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ: в ред. от 05.12.2022 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. № 12, ст. 1232.

² О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ: в ред. от 05.12.2022 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2011. № 1, ст. 48.

компенсации по договору и не может передать его правопреемникам.

Во-вторых, сама по себе деловая репутация непосредственно связана с личностью гражданина-предпринимателя или с конкретной организацией. При этом очевидно, что нарушенная деловая репутация конкретного лица может отражаться в отдельных случаях на репутации его правопреемника. В данном случае следует отметить в качестве особенности, что это касается юридических лиц – правопреемников организаций, репутация которых пострадала, или правопреемников гражданина, которые также занимаются аналогичного вида предпринимательской деятельности.

В-третьих, деловая репутация, хотя и относится к нематериальным благам, имеет также коммерческий аспект. Степень важности такой категории как деловая репутация юридического лица отмечалась в работе Л.Б. Ситдиковой [6]. Выше мы уже говорили о том, как нарушение деловой репутации сказывается на хозяйственной деятельности субъекта предпринимательской деятельности и, как следствие, влияет на возможность получения дохода. Страдает деловая репутация – страдает и материальное положение ее носителя. В этой связи нарушение деловой репутации лица может повлечь материальные затруднения у его правопреемников. В этой связи было бы неверно лишать их права предъявить требование о выплате компенсации морального вреда. Параллельно следует отметить, что некоммерческие организации также обладают репутацией и тоже могут пострадать от распространяемых порочащих сведений, что следует из практики судов.

Отстаивая позицию в пользу того, что требование о компенсации морального вреда может переходить к другим лицам, считаем необходимым выступить за законодательное регулирование компенсации немущественного вреда при защите деловой репутации юридических лиц. Если такой способ защиты права юридических лиц на деловую репутацию будет закреплен законом, то право требования такой компенсации при реорганизации юридического лица будет переходить его правопреемнику [3]. А поскольку правовая природа права требования такой компенсации сходна с правом требования гражданина о компенсации морального вреда, было бы умалением прав граждан по сравнению с юридическими лицами лишать их возможности передать право требования такой компенсации.

Судебная практика также свидетельствует, что право защиты деловой репутации может переходить к правопреемнику юридического лица при его реорганизации, например это следует в частности, из Постановления Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 29.08.2013 г.¹

¹ Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 29 августа 2013 г. по делу

В этой связи следует полагать, что право требования компенсации морального вреда в связи с нарушением деловой репутации может быть передано по договору цессии и может переходить к наследникам гражданина, при этом должен быть подтвержден факт причинения морального вреда нарушением деловой репутации. Поэтому и субъект предпринимательской деятельности – юридическое лицо вправе передать право требования такой компенсации немущественного вреда как по договору, так и по закону правопреемникам в результате реорганизации.

На практике субъекты предпринимательской деятельности, чья деловая репутация был причинен вред, сталкиваются с определенными сложностями, когда суды не в полной мере оценивают, как именно распространенные сведения затрагивают репутацию организации или предпринимателя. Например, порочащие сведения могут быть распространены не в отношении самой организации, а в отношении ее ответственного лица (например, учредителя или руководителя). В таких случаях суды могут посчитать, что такие сведения никак не отражаются на деловой репутации организации.

Однако на неверность такого подхода указал Президиум ВС РФ в соответствующем Обзоре практики, утвержденном в марте 2016 г. В п. 12 Обзора отмечается, что ущерб деловой репутации юридического лица может причиняться порочащими сведениями не только об этом лице, но и об органах его управления и (или) его работниках. В каждом конкретном случае суду следует установить, какой характер имели распространенные о директоре или другом работнике сведения, а также в какой степени они повлияли на деловую репутацию организации. В зависимости от обстоятельств информация, распространенная о физическом лице – руководителе или ином работнике может нанести вред деловой репутации организации или не отразиться на ней².

В приведенном Президиумом примере ложные сведения в отношении руководителя организации – гражданина отразились на его части, достоинстве и репутации как руководителя. А поскольку он действует от имени организации без доверенности, взаимодействует с партнерами организации и иным образом участвует в обороте от имени компании, его репутация неизбежно сказывается на деловой репутации возглавляемой им организации. Поэтому в данном случае нарушение профессио-

№ А43-26790/2012 // Официальный сайт Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа. <https://fasvvo.arbitr.ru/?ysclid=lbwfsr36k5504163207>. (дата обращения: 19.12.2023).

² Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации: утвержден Президиумом ВС РФ 16 марта 2016 г. // СПС «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 19.12.2023).

нальной репутации руководителя повлекло умаление деловой репутации юридического лица.

Тем не менее, бывают случаи, когда суды не связывали умаление чести, достоинства или деловой репутации работников организации с нарушением деловой репутации самой организации. Хотя организация – это сообщество людей (владельцев акций или долей в уставном капитале и работников), преследующих общие цели и задачи, из которых основной является получение прибыли. Следовательно, умаление репутации ее работников, в особенности руководящих лиц, способно нанести существенный урон деловой репутации организации.

Полагаем, что по аналогии с позицией Президиума ВС РФ о взаимосвязи деловой репутации организации с репутацией ее работников, можно сделать аналогичный вывод о взаимосвязи деловой репутации индивидуального предпринимателя и его работников. Следовательно, такие иски не исключаются, и при их рассмотрении требуют изучения степени влияния репутации того или иного работника индивидуального предпринимателя на его деловую репутацию и характера распространенных сведений.

Еще одной сходной проблемой в судебной практике является недоучет влияния ложных сведений о товарном знаке, принадлежащем организации или индивидуальному предпринимателю на их деловую репутацию, вследствие чего заинтересованное лицо может получить отказ в удовлетворении иска. Между тем вышеуказанным Обзором от 16.03.2016 г. (п. 14) подтверждается, что распространение ложной информации о товарном знаке, принадлежащем истцу, под которым выпускается его продукт, умаляет его деловую репутацию. Действительно, товарный знак прямо связан с лицом, производящим данную продукцию, следовательно, информация о нем способна негативно повлиять на репутацию производителя (продавца).

Даже в том случае, когда производитель неизвестен потребителю, а известна лишь торговая марка, товарный знак, то производитель заинтересован в поддержании достоверной репутации о нем. Ложные сведения о товарном знаке могут повлечь снижение покупательского спроса на данный товар и снижение доходов производителя. В приведенном в Обзоре примере суд первой инстанции отказал предприятию в иске о защите деловой репутации, так как в публикации отсутствовало наименование истца, а содержалось указание на товарный знак. Однако вышестоящий суд отменил решение и удовлетворил иск ввиду того, что отсутствие наименования организации при распространении ложных сведений о товарном знаке само по себе не говорит о том, что высказывания не относятся к данной организации. Напротив, организация и товарный знак его продукции находятся в тесной взаимосвязи. Аналогичной позиции придерживаются и другие арбитражные суды в своих постановлениях.

Кроме того, в судебной практике нередко возникают сложности при решении вопроса о содержании сведений, распространение которых послужило причиной обращения в суд. Таким образом, решение вопроса о признании тех или иных сведений порочащими порой вызывает трудности. Например, следует различать распространение порочащих или недостоверных сведений и нанесение оскорбления. В первом случае речь идет об умалении деловой репутации самим содержанием распространенной информации, тогда как во втором случае оскорбительной для лица является сама форма, в которой такая информация преподносится.

Немаловажной проблемой компенсации морального вреда при защите деловой репутации является то, что компенсация обычно не обеспечивает полного восстановления нарушенного права, а только помогает сгладить последствия. Отсюда А.В. Шкитова делает вывод о том, что размер компенсации морального вреда подразумевает некую условную величину, которая не эквивалентна перенесенным страданиям и иным последствиям распространения порочащих сведений. Это влечет затруднения при разрешении судами вопроса о размере такой компенсации [7, с. 59]. Здесь уместно напомнить верное утверждение А.М. Эрделевского, что страдания возможно только сгладить путем определенной материальной компенсации устанавливаемой судом [9, с. 50]. Судебная практика в этом вопросе противоречива: размер компенсации в том или ином случае определяется судами на собственное усмотрение с учетом обстоятельств дела, требований разумности и справедливости.

Отмечается, что при решении вопроса о сумме компенсации морального вреда суды прежде всего обращают внимание на содержание распространенной информации, ее характер, а также каким образом и как долго информация была доступна. Наконец, оценивается то, как именно распространенные сведения влияли на формирование негативной оценки пострадавшего лица в обществе, как пострадала деловая репутация, какие еще были негативные последствия. Кроме всего прочего, практика судов может различаться в зависимости от региона, так как суды учитывают в том числе и уровень доходов населения при определении размера компенсации. Нередко истцами заявляются несколько завышенные суммы компенсации морального вреда, по мнению суда явно не соразмерные последствиям нарушения. В этом случае суд уменьшает размер взыскиваемой с нарушителя суммы [10, с. 78].

Наконец, одной из существенных проблем для правоприменительной практики является отсутствие прямого законодательного регулирования компенсации нематериального вреда юридическим лицам при нарушении их деловой репутации. Как мы уже ранее отмечали, до введения в действие новой редакции ст. 152 ГК РФ в октябре 2013 г. Пленум ВС РФ расширительно толковал положе-

ния ст. 151 ГК РФ, распространяя их действие также на отношения в связи с распространением порочащих сведений в отношении юридических лиц. Такой подход был основан на аналогии права. Новая редакция ст. 152 ГК РФ исключила компенсацию морального вреда для юридических лиц, деловая репутация которых нарушена. А последнее Постановление Пленума ВС РФ от 15.11.2022 г. № 33 вовсе исключает применение правил о компенсации морального вреда к защите деловой репутации не только юридических лиц, но и граждан-предпринимателей (п 6).

Между тем очевидно, что распространение порочащих сведений, нарушающих деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, наносит существенные негативные последствия не только материального, но и немущественного характера [4]. При этом субъект предпринимательской деятельности не всегда может в полной мере защититься, прибегнув к таким способам защиты своей репутации как требования опровержения или иск о возмещении убытков. Порой нематериальный вред от распространения пороча-

щих сведений не меньше материальных убытков и имеет куда более далеко идущие последствия. Хотя арбитражные суды в настоящее время нередко отсылают пострадавших от порочащих сведений юридических лиц именно к этим способам.

Наглядным примером является, в частности, Постановление одного из судов от 02.09.2020 г.¹, в котором арбитражный суд, рассматривая кассационную жалобу, в очередной раз указывает на невозможность применения нормы о компенсации морального вреда при распространении сведений о деловой репутации организации и на возможность пострадавшего лица защитить свою репутацию путем опровержения порочащих сведений и заявления требования о возмещении суммы убытков.

Поэтому для нас очевидно, что данная проблема должна быть решена путем установления исчерпывающего определения такой дефиниции как «деловая репутация» и его закрепления путем внесения изменений и дополнений в статьи ГК РФ, касающиеся деловой репутации и компенсации при ее нарушении.

Список источников

1. *Архиереев Н.В.* Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности (морально-нравственная оценка) // Юрист. 2018. № 11. С. 47-53.
2. *Гаврилов Е.В.* Компенсация нематериального (репутационного) вреда как способ защиты деловой репутации юридических лиц: монография. М.: Юстицинформ, 2022. 344 с.
3. *Карпенко В.В.* Защита деловой репутации юридических лиц по законодательству Республики Беларусь. Минск, 2012. URL: <http://dep.nlb.by/jspui/handle/nlb/41439> (дата обращения: 12.12.2023).
4. *Зайцев В.В., Михайлова И.А.* Дуализм правосубъектности индивидуальных предпринимателей и дел по спорам о защите их чести, достоинства и деловой репутации // Современное право. 2024. № 3. С. 12-18.
5. *Садиков О.Н.* Защита деловой репутации юридического лица // Комментарий судебной арбитражной практики / под ред. В.Ф. Яковлева. М.: Юрид. лит., 1998. Вып. 5. 260 с.
6. *Ситдикова Л.Б.* Личные немущественные права юридических лиц // Юридический мир. 2015. № 3. С. 27-31.
7. *Шкитова А.В.* Проблемы компенсации морального вреда при защите чести, достоинства и деловой репутации // Молодой ученый. 2018. № 28 (214). С. 57-60. URL: <https://moluch.ru/archive/214/52036/> (дата обращения: 11.01.2024).
8. *Эрделевский А.М.* Актуальные вопросы защиты деловой репутации юридических лиц // Хозяйство и право. 2011. № 1. С. 12-17.
9. *Эрделевский А.М.* Моральный вред и компенсация за страдания: научно-практическое пособие. М.: Изд-во Бек, 1998. 188 с.
10. *Юзефович Ж.Ю., Лукашов А.О.* О компенсации морального вреда в делах о защите чести, достоинства и деловой репутации // Вестник Московского университета МВД России. 2021. № 4. С. 77-79.

References

1. Archiereev N.V. Delovaya reputatsiya sub"ektov predprinimatel'skoi deyatel'nosti (moral'no-nravstvennaya otsenka) [Business reputation of business entities (moral assessment)], *Yurist [Lawyer]*, 2018, no. 11, pp. 47-53. (In Russ.).
2. Gavrilov E.V. Kompensatsiya nematerial'nogo (reputatsionnogo) vreda kak sposob zashchity delovoi reputatsii yuridicheskikh lits: monografiya [Compensation for intangible (reputational) damage as a way to protect the business reputation of legal entities: monograph], Moscow: Justitsinform Publ., 2022, 344 p. (In Russ.).

¹ Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 2 сентября 2020 г. по делу № А72-17448/2019 // Официальный сайт Арбитражного суда Поволжского округа. <https://faspo.arbitr.ru/>. (дата обращения 16.12.2023).

3. Karpenko V.V. [Zashchita delovoi reputatsii yuridicheskikh lits po zakonodatel'stvu Respubliki Belarus'] Protection of business reputation of legal entities under the legislation of the Republic of Belarus. Minsk, 2012. (In Russ.). Available at: <http://dep.nlb.by/jspui/handle/nlb/41439> (accessed 12.12.2023).
4. Zaitsev V.V., Mikhailova I.A. Dualizm pravosub"ektnosti individual'nykh predprinimatelei i del po sporam o zashchite ikh chesti, dostoinstva i delovoi reputatsii [Dualism of the legal personality of individual entrepreneurs and cases of disputes about the protection of their honor, dignity and business reputation], *Sovremennoe pravo [Modern Law]*, 2024, no. 3, pp. 12-18. (In Russ.).
5. Sadikov O.N. Zashchita delovoi reputatsii yuridicheskogo litsa [Protection of business reputation of a legal entity], *Kommentarii sudebno-arbitrazhnoi praktiki [Commentary on judicial and arbitration practice]*, ed. V.F. Yakovleva. Moscow: Yurid. lit. Publ., 1998, issue. 5, 260 p. (In Russ.).
6. Sitdikova L.B. Lichnye neimushchestvennye prava yuridicheskikh lits [Judicial practice of the European Court of Human Rights in the formation of non-material reputational damage], *Yuridicheskii mir [Russian Judge]*, 2015, no. 7, pp. 39-43. (In Russ.).
7. Shkitova A.V. Problemy kompensatsii moral'nogo vreda pri zashchite chesti, dostoinstva i delovoi reputatsii [Problems of compensation for moral damage when protecting honor, dignity and business reputation], *Molodoi uchenyi [Young scientist]*, 2018, no. 28 (214), pp. 57-60. (In Russ.). Available at: URL: <https://moluch.ru/archive/214/52036/> (accessed 01/11/2024).
8. Erdelevsky A.M. Aktual'nye voprosy zashchity delovoi reputatsii yuridicheskikh lits [Current issues of protecting the business reputation of legal entities], *Khozyaistvo i pravo [Economy and Law]*, 2011, no. 1, pp. 12-17. (In Russ.).
9. Erdelevsky A.M. Moral'nyi vred i kompensatsiya za stradaniya: nauchno-prakticheskoe posobie [Moral damage and compensation for suffering: scientific and practical guide]. Moscow: Bek Publ., 1998, 188 p. (In Russ.).
10. Yuzefovich Zh.Yu., Lukashov A.O. O kompensatsii moral'nogo vreda v delakh o zashchite chesti, dostoinstva i delovoi reputatsii [On compensation for moral damage in cases of protection of honor, dignity and business reputation], *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii [Bulletin of Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia]*, 2021, no. 4, pp. 77-79 (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Незнамова Алла Андреевна, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и гражданского процесса Московского университета им. А.С. Грибоедова; заведующий кафедрой гражданского права и процесса юридического факультета Академии труда и социальных отношений, г. Москва, Российская Федерация. E-mail: aanezn@gmail.com

Поступила в редакцию 31.07.2024 г.; одобрена после рецензирования 12.09.2024 г.; принята к публикации 14.09.2024 г.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Neznamova Alla Andreevna, Ph.D. in Law, Associate Professor, Department of Civil Law and Civil Procedure Moscow University named after A.S. Griboyedov; Head of the Department of Civil Law and Procedure Academy of Labour and Social Relations, Moscow, Russian Federation. E-mail: aanezn@gmail.com

Received 31.07.2024; approved after reviewing 12.09.2024; accepted for publication 14.09.2024