

ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Орлов Алексей Игоревич

студент ВлГУ им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, РФ, г. Владимир

В современном мире хорошо известно такое понятие как «деловая репутация», но мало кто знает такое понятие как «диффамация». Вряд ли кто-то, услышав на улице «диффамация», поймет о чем идет речь. «Диффамация – это распространение порочащих сведений как о физическом, так и юридическом лице» [1].

Распространение порочащих сведений может излагаться в двух формах: достоверной и недостоверной. Достоверное распространение порочащих сведений как правило наносит вред деловой репутации, но ответственность для распространителя не наступает, а лицо, которому нанесен ущерб распространенной порочащей информацией, не имеет права требовать опровержения данных сведений, так как информация является правдивой и достоверной. Примером может являться иск ООО «Владимиртеплогаз» и ООО «Ковровская сетевая компания» к Горячеву В.Н. и ООО «Спектр». Итог: суд отказал ООО «Владимиртеплогаз» и ООО «Ковровская сетевая компания» в удовлетворении исковых требований в связи с тем, что, хотя и был нанесен вред деловой репутации юридических лиц, но оспариваемая информация была изложена в форме фактов утверждения, соответствие действительности информации было подтверждено и доказано [2].

При недостоверном распространении порочащих сведений данная информация является ложной, и она в свою очередь наносит не только репутационный вред субъекту, но и предоставляет право данному субъекту на требование опровергнуть данные сведения и возместить причиненный вред. В большинстве случаев сведения имеют свое распространение через средства массовой информации, то есть в формах периодических печатных изданий и публикаций, эфирах телепрограмм и радиозаписей. Но с развитием технического прогресса в последнее время все большее значение занимают сетевой контент, который пользуется приоритетом в процессе распространения информации, так как он более доступен, функционален и удобен в использовании. Рост популярности распространения сетевого контента напрямую связан с ростом сети Интернет. Большая часть исков о защите деловой репутации, связанных с сетевым контентом сети Интернет, была подана за прошедшие 5-6 лет, что напрямую связано с растущим показателем посещения новостных страниц сетевых изданий. Возрастающий интерес к сетевому контенту повышает востребованность сети Интернет и сетевых изданий внутри нее, что в свою очередь приводит к тому, что данной части экономики возрастает количество сетевых изданий, а за этим и конкуренция. Имеются представители данного рынка пытаются привлечь интерес читателей сетевой информацией (публикацией), которая содержит материалы, порочащие репутацию известных личностей, жизнью и работой которых заинтересована публика. «Основной (имманентной) целью диффамации выступает умаление достоинства, опорочивание чести и доброго имени лица. Однако в ряде случаев подобное поведение может иметь и иные цели, обусловленные как конституционной, так и неконституционной заинтересованностью диффаматора, при этом умаление достоинства лица выступает либо в качестве промежуточной ступени, необходимой для достижения основной цели, либо как побочный (безразличный или нежелательный для диффаматора) результат» [3].

Таким образом, в данном случае опорочивание достоинства субъекта выступает для подобных представителей сетевого рынка не основной целью деятельности, а как промежуточная цель, позволяющая привлечь к себе интерес публики. Также в некоторых случаях происходит опубликование сетевых ссылок на новостной контент, опубликованный в другом сетевом издании. В данном случае и то, и другое издание являются порочащими деловую репутацию, «однако издание-диффаматор», опубликовавшее ссылку, могло действовать и неумышленно,

заблуждаясь и приняв публикуемую информацию за достоверную, что является основанием для освобождения его от ответственности»[4]. Новостной контент содержащий «жаренные факты», достаточно скоро распространяется по сети Интернет, поэтому у интернет-ресурсов имеется большое преимущество перед печатными изданиями и эфирами радио- и телевидения. Стоит помнить о том, что подобные новости могут опубликовываться не только новостными интернет-изданиями, но и обычными пользователями социальных сетей и интернет-форумов. Руководствуясь статьей 152 Гражданского Кодекса Российской Федерации, «если сведения, порочащие деловую репутацию, распространены в средствах массовой информации, то они должны быть опровергнуты в тех же средствах массовой информации» Однако одна из особенностей интернет сети – это то, что даже после опровержения порочащих сведений диффаматором другие пользователи интернет-ресурса могут ссылаться на недостоверные сведения, тем самым продолжая распространять данную новость интернет-ресурсам без поддержки со стороны лица, являющимся первоопубликовавшим данные сведения. Следует помнить, что в большинстве случаев публикация, опровергающая первоначальные сведения, в сетевом издании не имеет равного значения в сравнении с публикацией в печатном издании, потому что большая часть интернет-ресурсов, разместивших у себя данную новость с указанием ссылки на первого диффаматора, который выступает ответчиком по иску, в случае удовлетворения требований по иску и публикации новостного опровержения, не станут распространять опровержение, так как они имеют полное право не делать. Таким образом, количество пользователей, прочитавших опровержение, значительно ниже числа пользователей, прочитавших новость, содержащую сведения, порочащие честь и достоинства субъекта. Огромная скорость распространения порочащих сведений может причинить колоссальный вред деловой репутации физического и юридического лица, а также, который повлечет за собой иски на огромные суммы денег. «Так например, ЗАО «Строительное управление № 155» предъявило к ООО «БФМ. РУ» и ООО «Объединенные Медиа» иск на сумму 300 000 000 руб. Строительная компания требовала от ответчика, в частности, размещения на сайте bfrn. ru (сайт радиостанции Бизнес FM) опровержения ранее размещенной информации о нецелевом использовании строительной компанией 17 млрд. руб., выделенных государством на жилищные проекты для военных. Несмотря на то что суд удовлетворил иск лишь частично, он обязал опубликовать опровержение и выплатить ответчика истцу сумму 10 000 000 руб. Таким образом, суд оценил в столь крупную сумму ущерб деловой репутации компании от одной неосмотрительно (или умышленно) опубликованной в интернет-издании новости, содержащей недостоверную информацию» [5]

Вышеизложенные факты имеют целью привлечь внимание к тому, что распространение недостоверной порочащей информации в Интернете через сетевые издания не только несет репутационный ущерб для компании, но и делает невозможным распространение опровержения в той мере, в которой была распространена недостоверная новость. При назначении суммы информации только с компенсации судам следует учитывать высокую степень распространения информации по другим сайтам в качестве обстоятельства, увеличивающего сумму компенсации. На данный момент законодатель представил в тексте изменений ГК РФ способ возможного решения данной проблемы. Согласно ему, если сведения, порочащие деловую репутацию гражданина, стали широко известны и опровержение невозможно довести до всеобщего сведения, гражданин вправе требовать удаления соответствующей информации, а также пресечения или запрещения ее дальнейшего распространения. Данное положение напрямую касается новостей, распространяемых в сети Интернет, где практически невозможно не только направить опровержение по всем местам распространения новости, но и даже полностью отследить направления распространения информации.

Список литературы:

1. Эрделевский А.М. Диффамация / Законность – 1998 г. – С.3.
2. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 23 марта 2012 г. по делу №А11-3263/2011.
3. Смирнова А.А. Диффамация как правонарушение и злоупотребление правом. Автореферат. /

Москва – 2008 г. – С.32.

4. Мордохов Г.Ю. Защита деловой репутации в сети Интернет / «Предпринимательское право» - №3 – 2013 г. – С.4.

5. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13 апреля 2010 г. по делу №А40-61491/2009.