

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 347.1

DOI 10.34822/2312-3419-2020-3-56-63

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. Б. Абакумова^{1,2}

¹Новосибирский военный институт им. генерала армии И. К. Яковлева
войск национальной гвардии Российской Федерации, Новосибирск, Россия

²Институт философии и права СО РАН, Новосибирск, Россия

E-mail: civilization1981@mail.ru

Статья посвящена исследованию сущности и содержания понятия «деловая репутация», которое на сегодняшний день остается недостаточно разработанным как в теории гражданского права, так и на законодательном уровне. С критических позиций проанализированы существующие в научной литературе точки зрения по освещаемым проблемам и сделан вывод о двойственном характере правовой природы деловой репутации.

Ключевые слова: деловая репутация, нематериальные блага, неимущественные блага, личные неимущественные права, субъект экономической деятельности, предприниматель.

Для цитирования: Абакумова Е. Б. Правовая природа деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // Вестник Сургутского государственного университета. 2020. № 3 (29). С. 56–63. DOI 10.34822/2312-3419-2020-3-56-63.

THE LEGAL NATURE OF BUSINESS REPUTATION OF BUSINESS ENTITIES

E. B. Abakumova^{1,2}

¹Novosibirsk Military Institute named after General of the Army I. K. Yakovlev
of National Guard Troops of the Russian Federation, Novosibirsk, Russia

²Institute of Philosophy and Law of the Siberian Branch of the RAS, Novosibirsk, Russia

E-mail: civilization1981@mail.ru

The article is devoted to the study of the essence and content of the concept “business reputation”. This concept remains today insufficiently developed both in the theory of civil law and in terms of legislation. The paper critically analyzes the existing points of view on highlighted issues in the scientific literature and concludes that the legal nature of the business reputation is dual.

Keywords: business reputation, non-material values, intangible benefits, personal non-property rights, business entity, entrepreneur.

For citation: Abakumova E. B. The Legal Nature of Business Reputation of Business Entities // Surgut State University Journal. 2020. No. 3 (29). P. 56–63. DOI 10.34822/2312-3419-2020-3-56-63.

ВВЕДЕНИЕ

Современный уровень правового обеспечения хозяйственной деятельности гарантирует предпринимателям право на деловую репутацию, предоставляя гражданско-правовые способы ее защиты. Однако само понятие деловой репутации до настоящего времени не

имеет легального определения и остается достаточно дискуссионным в теории гражданского права.

В юридической литературе сегодня часто говорится о возрастающем значении в современном обществе деловой репутации субъектов предпринимательства ввиду происходя-

щего повышения конкуренции, изменения характера борьбы за потребительский спрос, а также усложнения производственных процессов, требующих установления надежных партнерских отношений и качественного менеджмента. Справедливость этих высказываний не вызывает сомнений. Действительно, сегодня деловая репутация выступает серьезным конкурентным преимуществом на товарном рынке, а также способствует повышению капитализации бизнеса в работе с партнерами и инвесторами. Вместе с тем стоит напомнить, что деловая репутация всегда являлась важным аспектом предпринимательской деятельности, и корни данного явления уходят в древнейшие времена. «Доброе имя» торговца всегда служило положительной оценке качества его товаров, помогало ему в получении займов и ссуд, предоставлении поручительства и т. д. [1, с. 26–27]. Своему оформлению в виде правовой категории деловая репутация обязана дальнейшему развитию рыночных отношений, которое повышало ее экономическую ценность для участвующих в них субъектов, что, в свою очередь, выявило необходимость ее правовой защиты. Параллельно происходило теоретическое осмысление феномена деловой репутации. В России изучению правовой природы деловой репутации и особенностей ее правовой защиты уделяли внимание в своих работах такие известные дореволюционные ученые как Г. Ф. Шершеневич [2], П. П. Цитович [3], И. А. Покровский [4].

Однако до конца XX в. правовое регулирование вопросов защиты деловой репутации не вызывало повышенного интереса научной общественности, поскольку вполне удовлетворяло соответствующую социальную потребность. Ситуация начала кардинально меняться в последние десятилетия, что, на наш взгляд, связано не только с увеличением экономической ценности деловой репутации, но и с повышением уязвимости субъектов предпринимательской деятельности перед опасностью потери репутации. Развитие информационных технологий привело к тому, что в современном мире нанести урон деловой репутации предпринимателя стало гораздо проще: распространение порочащих сведений на очень широкую аудиторию сегодня возможно с молниеносной скоростью. При этом

восстановление прежнего положения потерпевшего субъекта иногда требует существенно больших усилий с учетом как объективных обстоятельств (издержки доказывания порочащего характера сведений, небольшой размер компенсационных выплат, дополнительные траты на донесение результатов судебного разбирательства до потребителей и партнеров и др.), так и субъективных факторов, поскольку человеческая психика достаточно инертна в плане формирования доверия и, напротив, резка в части отвержения, возникновения недоверия.

Заметим, что возможен и иной результат для пострадавшей стороны, если, например, таковой является крупный бизнесмен. В этом случае освещение в СМИ событий, связанных с инициированием судебного спора по защите деловой репутации, напротив, может принести дополнительные бонусы истцу, повысив его популярность. В подобных ситуациях разбирательство в суде может стать частью информационного противостояния субъектов рыночных отношений, подкрепляя информационный фон, нужный инициатору судебного спора [5].

В надвигающуюся эпоху информационных войн актуальность вопросов должной защиты бизнеса от посягательств на деловую репутацию осознается во всем мире. Решение этой задачи в разных странах происходит с разной степенью эффективности, что отражено в соответствующих исследованиях. В нашей стране законодательную обеспеченность правовой защиты деловой репутации большинство авторов оценивают как неудовлетворительную. При этом общественный запрос на защиту деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности растет, о чем свидетельствует увеличивающееся с каждым годом количество судебных споров по данной категории дел.

Целью настоящей статьи является поиск путей преодоления существующей правовой неопределенности в вопросах содержания и правовой природы понятия «деловая репутация».

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Объектом исследования является совокупность общественных отношений, связанных с формированием и защитой деловой репутации.

ции субъектов предпринимательской деятельности. Основными материалами выступили доктринальные разработки отечественных ученых-юристов по вопросам определения содержания понятия «деловая репутация» и нормативные правовые акты, так или иначе упоминающие данный термин.

Работа была выполнена автором с использованием общенаучных и специально-юридических методов исследования. Диалектический метод позволил рассматривать феномен деловой репутации в своем развитии и самодвижении. Системный подход способствовал комплексному рассмотрению различных элементов изучаемого понятия, а также установлению его взаимосвязей с другими правовыми категориями. Сравнительный метод использовался для сопоставления различных точек зрения по обозначенным вопросам. Метод толкования применялся для раскрытия юридического содержания норм гражданского законодательства.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Прямо или косвенно термин «деловая репутация» в настоящее время упоминается в Конституции РФ (ст. 23), Гражданском кодексе РФ (ст. 150, 152, 393, 1027, 1042), Кодексе административных нарушений РФ (ст. 3.1), Уголовном кодексе РФ (ст. 128.1), Законе РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (ст. 43–46), Федеральном законе от 02 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (ст. 16), Федеральном законе от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ст. 5), Федеральном законе от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ст. 14), Федеральном законе от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (ст. 104), Положении по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007), утвержденном Приказом Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н1 и др.

Но при этом само понятие деловой репутации никак не раскрывается в российском законодательстве и официальных документах. Правовое регулирование в данной сфере но-

сит фрагментарный характер, отчего порождает ситуации неопределенности и нестабильности в правоприменительной практике. Как справедливо отмечает В. В. Килинкар, «существующие терминологические пробелы, строго говоря, лишают многие организации самой возможности реализовать предусмотренные российским законодательством возможности защиты» [6, с. 17]. По его мнению, проблемы правоприменения указанных норм часто обусловлены отсутствием ясности в понимании правовой природы феномена деловой репутации, поскольку именно она определяет все содержание и структуру института ее защиты – от обозначения возможных субъектов права и до определения надлежащих форм и способов защиты.

С теоретических позиций вопрос о правовой природе деловой репутации в российской доктрине не имеет однозначного ответа. Большинство авторов придерживаются точки зрения, что деловая репутация – это объект гражданских прав, входящий в группу нематериальных благ в силу ст. 150 ГК РФ (для физических лиц) и ст. 152 ГК РФ (для юридических лиц). Вместе с тем и само понятие нематериальных благ также является сегодня достаточно дискуссионным. Гражданский кодекс РФ (как в первоначальной редакции 1994 г., так и в редакции от 02 июля 2013 г. № 142-ФЗ, внесшей изменения в соответствующую главу [7]) не дает необходимой определенности в этом вопросе.

В первую очередь проблемой является использование законодателем термина «нематериальный», который может иметь минимум два значения: 1) невозможность вещественного воплощения блага; 2) отсутствие имущественного эквивалента, невозможность оценить благо в деньгах. Высказывания юристов на этот счет диаметрально противоположные.

В литературе распространена следующая точка зрения: нематериальные блага – это способные удовлетворять потребности человека предметы нематериального (идеального) мира, которые невозможно ощущать в силу их нематериального характера [8, с. 21]. Другими словами, именно идеальный, невещественный характер определяет специфику нематериальных благ.

С таким подходом не соглашается М. Л. Нохрина, поскольку некоторые такие блага могут иметь вещественное содержание (например, здоровье как целостность организма человека, внешний облик, голос). Главным же недостатком этой позиции указанный автор считает то, что «традиционно материя противопоставляется идеальному, или духовному, которое является результатом духовной деятельности человека. Именно поэтому нематериальны произведения и изобретения как объекты авторских и патентных прав. Все же названные в литературе и законодательстве нематериальные блага, кроме имени и псевдонима, не являются продуктом духовной деятельности и потому не могут считаться предметами нематериального (идеального) мира...» [9, с. 151].

По мнению М. Н. Малеиной [10, с. 102], нематериальный характер личных неимущественных прав проявляется в том, что они лишены экономического содержания (личные неимущественные права не могут быть точно оценены, для них нехарактерна возмездность, их осуществление не сопровождается имущественным предоставлением (эквивалентом) со стороны других лиц).

Таким образом, отсутствие единства мнений во многом объясняется неоднозначностью термина «нематериальный», который в философском смысле имеет значение «невещественный», а в экономическом – «неимущественный». Если рассматривать понятие «нематериальные блага» в первом значении, то в таком случае они включали бы в себя блага как не имеющие (жизнь, здоровье, имя, честь, достоинство и др.), так и имеющие стоимостную оценку (информация, результаты творческой и научной деятельности).

Из содержания нормы ст. 128 ГК РФ, в которой интеллектуальная собственность (охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации) и нематериальные блага рассматриваются как отличные друг от друга объекты гражданских прав, а также нормы ст. 5 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», в котором указано, что информация может являться объектом

публичных, гражданских и иных правовых отношений [11], следует, что в Гражданском кодексе РФ термин «нематериальные блага», с большей вероятностью, используется в значении «неимущественные блага». Поэтому, принимая во внимание признак неотчуждаемости и непередаваемости, следует согласиться с предложением называть нематериальные блага, перечисленные в ст. 150 ГК РФ, «личными неимущественными благами» [12, с. 6]. Этот термин действительно позволяет четче подчеркнуть их правовую природу. Однако при этом считаем необходимым исключить из перечня нематериальных благ деловую репутацию, которая не в полной мере отвечает классифицирующему признаку неимущественности и не является абсолютно неотчуждаемым и непередаваемым благом.

Так, согласно ст. 1042 ГК РФ в состав вкладов, вносимых участниками договора простого товарищества, могут входить их деловая репутация и деловые связи [13]. Денежная оценка вклада в виде деловой репутации производится по соглашению между товарищами. Соответственно, в этом случае у деловой репутации проявляются признаки имущественного блага (посредством ее денежной оценки) и свойство частичной отчуждаемости (путем передачи правомочия пользования).

Также имущественный характер деловая репутация приобретает при заключении договора коммерческой концессии (ст. 1027 ГК), сторонами которого могут быть не только коммерческие организации, но и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. Договор коммерческой концессии предусматривает использование деловой репутации правообладателя за вознаграждение, т. е. посредством сделки.

Касаемо деловой репутации юридических лиц следует сказать, что Гражданский кодекс РФ не относит ее напрямую к нематериальным благам в перечне ст. 150, но все же содержит в главе 8 «Нематериальные блага и их защита» норму о допущении применения для целей защиты деловой репутации юридических лиц способов, установленных в ст. 152, за исключением правил о компенсации морального вреда [14].

По мнению А. М. Эрделевского, деловая репутация юридического лица, несмотря на то что может защищаться большинством тех способов, которые установлены ст. 152 ГК РФ для защиты деловой репутации гражданина, не является нематериальным благом в смысле ст. 150 ГК РФ, а представляет собой разновидность иного имущества юридического лица в смысле ст. 128 ГК РФ [15, с. 24]. Считаем такое толкование норм гражданского законодательства верным. В этой связи отметим, что возникающие время от времени в литературе заявления о противоречии положений ст. 150 ГК РФ имущественной природе деловой репутации юридического лица не вполне обоснованы [16–18].

Вместе с тем нельзя не признать наличие правовых пробелов в правовом регулировании отношений по защите деловой репутации. В первую очередь, возникает вопрос о соотношении понятия «деловая репутация» с такими смежными категориями, как «честь» и «достоинство». Надо сказать, что в отличие от деловой репутации, данные правовые категории получили всестороннее научное освещение еще в советский период [19–22]. Понятие же «деловая репутация» появилось в законодательстве нашей страны лишь в 1991 году, когда этот термин был впервые введен в Основы гражданского законодательства СССР [23, с. 260].

В современной науке гражданского права уже сложилось близкое к единому понимание дефиниций чести и достоинства. Под честью понимается внешняя по отношению к человеку (социальная) оценка качеств его личности. Достоинство – это результат внутренней мыслительной деятельности человека, поэтому с точки зрения права оно рассматривается в качестве внутренней положительной самооценки личностью своих моральных и иных социальных качеств.

Как отмечает Н. Н. Парыгина, по мнению большинства исследователей, слова «достоинство» и «честь» всегда подразумевают реноме со знаком «плюс» и не могут иметь отрицательной коннотации. В то же время репутация, что также не оспаривается учеными, может быть как позитивной, так и негативной [24]. Однако это обстоятельство не должно отражаться на возможности ее защиты. По верному замечанию А. М. Эрделевского,

«деловая репутация потерпевшего, даже будучи плохой в сравнении с деловой репутацией других лиц, должна рассматриваться как хорошая по сравнению с ее состоянием после распространения порочащих сведений» [25, с. 118]. Закрепленное законом право на деловую репутацию означает, что лицо может требовать от других лиц, чтобы оценка его деловых качеств и поступков опиралась на реальные факты и не искажалась порочащими сведениями, не соответствующими действительности.

Важно понимать, что обладание такими морально-нравственными качествами, как честь и достоинство, присуще только человеку, но никак не юридическому лицу, которое, как известно, не является реальной личностью, а представляет собой лишь юридическую фикцию. В этой связи стоит признать ошибочной формулировку ст. 57 Закона РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» о распространении сведений, «не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций» [26].

Касаемо субъектов правовой защиты деловой репутации отметим, что несмотря на то, что судебная практика исходит из того, что защиты деловой репутации может требовать любое лицо, являющееся субъектом права, в литературе наблюдается существенное расхождение мнений по этому поводу [27, с. 34–36].

Проблема видится в том, что отечественным законодателем термин «деловая репутация» используется, по сути, как «репутация» в общем, т. е. без указания сферы ее формирования. Репутация в широком смысле означает сложившееся общее мнение о ком-либо, основанное на оценке его значимых качеств и поведения. Пытаясь раскрыть содержание именно деловой репутации, многие авторы перечисляют ее составляющие элементы, как то: служебная, профессиональная, политическая репутация и т. д. [28, с. 10–11]. В то же время другие авторы доказывают, что деловая репутация может формироваться только в бизнес-среде и, соответственно, положения о деловой репутации должны применяться только к лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность [29, с. 7].

Представляется, что зона охвата понятия «деловая репутация» все же значительно шире, чем репутация, приобретенная исключительно в процессе коммерческой деятельности. Но при этом она все же обладает своей спецификой и не должна отождествляться с репутацией в широком смысле. На наш взгляд, деловая репутация характеризует качество взаимодействия лица с другими субъектами отношений в экономической сфере. Она дает возможность экстраполировать существующую в некоторой социальной группе оценку качества взаимодействия с данным лицом на будущие с ним отношения по поводу производства, обмена, распределения или потребления благ. И неважно, в какой сфере происходит взаимодействие, будь то поставка товаров для государственных нужд или устная договоренность соседей о займе «до полочки», – деловая репутация характеризует лицо именно со стороны качества выполнения взятых им на себя имущественных обязательств (оформленных и не оформленных документально).

ЛИТЕРАТУРА

1. Мордохов Г. Ю. Деловая репутация: генезис, определение понятия, правовое регулирование // Право и экономика. 2017. № 8. С. 26–32.
2. Шершеневич Г. Ф. Избранное : в 6 т. М. : Статут, 2017. Т. 2. 407 с.
3. Цитович П. П. Очерк основных понятий торгового права. Киев : Тип. И. Н. Кушнерева и Ко, 1886. 258 с.
4. Покровский И. А. Основные проблемы гражданского права (по изданию 1917 г.). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
5. Наумов А., Степанчук М. Дело не в деньгах. Зачем крупные бизнесмены судятся за защиту репутации // Электронная версия журнала «Forbes», 07.02.2019. URL: <https://www.forbes.ru/> (дата обращения: 12.03.2020).
6. Килинкарров В. В. К вопросу о понятии деловой репутации в российском праве // Вестн. СПбГУ. Сер. 14. Право. 2011. № 1. С. 16–30.
7. О внесении изменений в подраздел 3 раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации : федеральный закон от 02.07.2013 № 142-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 15.03.2020).
8. Каменева З. В. Содержание субъективного права человека на честь и достоинство // Адвокат. 2014. № 4. С. 21–24.
9. Нохрина М. Л. Понятие и признаки нематериальных благ: законодательство и цивилистиче-

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятие «деловая репутация» на сегодняшний день не является устоявшейся юридической категорией в науке гражданского права. Одной из теоретических проблем является вопрос места деловой репутации в системе нематериальных благ, охраняемых гражданским законодательством.

На основе комплексного анализа норм действующего права в работе сделан вывод о том, что смысловое значение такого признака нематериальных благ, как «нематериальный характер», тождественно термину «неимущественный». Вместе с тем проведенное исследование позволяет сделать вывод о двойственной правовой природе феномена деловой репутации, которая, будучи объектом гражданских прав, имеет и имущественную, и неимущественную составляющие. Имущественная составляющая деловой репутации наиболее выражена в отношениях с участием субъектов предпринимательской деятельности, что вполне закономерно, учитывая характер данного вида деятельности.

REFERENCES

1. Mordokhov G. Yu. Business Reputation: Genesis, Definition of the Concept, Legal Regulation // Law and Economics. 2017. No. 8. P. 26–32. (In Russian).
2. Shershenovich G. F. Izbrannoe. 6 vols. Moscow : Statut, 2017. 407 p. (In Russian).
3. Tsitovich P. P. Ocherk osnovnykh ponatii torgovogo prava. Kiev : Tip. I. N. Kushnereva i Ko, 1886. 258 p. (In Russian).
4. Pokrovsky I. A. Main problems of civil law (according to the edition of 1917). Accessed through Law assistance system “Consultant Plus”. (In Russian).
5. Naumov A., Stepanchuk M. It's not about money. Why big business men are suing for reputation protection // Electronic version of “Forbes”, 07.02.2019 URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/371547-delo-ne-v-dengah-zachem-krupnye-biznesmeny-sudyatsya-za-zashchitu-reputacii> (accessed: 12.03.2020). (In Russian).
6. Kilinkarov V. V. On the Concept of Business Reputation in Russian Law // St. Petersburg State University Bulletin. Ser. 14. Pravo. 2011, No. 1. P. 16–30. (In Russian).
7. On amendments to subsection 3 of section I of part one of the Civil Code of the Russian Federation: Federal Law No. 142-FZ of 02.07.2013 // Official Internet portal of legal information. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (accessed: 15.03.2020). (In Russian).
8. Kamneva Z. V. Content of the Subjective Human Right to Honor and Dignity // Lawyer. 2014. No. 4. P. 21–24. (In Russian).

- ская наука // Известия высших учебных заведений. Правоведение. 2013. № 5 (310). С. 143–160.
10. Малеина М. Н. Нематериальные блага и перспективы их развития // Закон. 1995. № 10. С. 102–105.
11. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 01.05.2019) // СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.), ст. 3448.
12. Тимешов Р. П. Нематериальные блага в гражданском праве и их защита: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Краснодар, 2010. 24 с.
13. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019) // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410.
14. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
15. Эрделевский А. М. О правовой природе деловой репутации // Экономика и жизнь. Юрист. 2017. № 3. С. 24.
16. Валевская А. А. Деловая репутация как объект гражданских прав // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2019. № 5 (130). С. 113–115.
17. Любецкий П. М. Особенности и место деловой репутации юридических лиц среди нематериальных благ // Территория новых возможностей. 2016. № 3 (34). С. 79–86.
18. Хван О. В. Деловая репутация в составе нематериальных активов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей // Север.-Кавказ. юрид. вестн. 2012. № 1. С. 80–85.
19. Суховерхий В. Л. Личные неимущественные права граждан в советском гражданском праве, 1970. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
20. Придворов Н. А. Достоинство личности и социалистическое право, 1977. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
21. Малеина М. Н. Защита личных неимущественных прав советских граждан, 1991. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
22. Красавчикова Л. О. Гражданско-правовая защита чести и достоинства, 1993. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
23. Колосова В. И., Вавилычева Т. Ю. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны // Вестник ННГУ. 2011. № 3-1. С. 258–266.
24. Парыгина Н. Н. Деловая репутация в системе нематериальных благ // Теория и практика общественного развития. 2017. № 1. С. 143–147.
25. Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. 3-е изд., испр. и доп. М. : Волтерс Клувер, 2007. 304 с.
26. О средствах массовой информации : закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 01.03.2020) // Российская газета. № 32. 08.02.1992.
9. Nokhrina M. L. Concept and Signs of Non-material Goods: Legislation and Civil Science // University News. Law. 2013. No. 5 (310). P. 143–160. (In Russian).
10. Maleina M. N. Immaterial Benefits and Prospects for Their Development // Law. 1995. No. 10. P. 102–105. (In Russian).
11. On information, information technologies and information protection: Federal law No. 149-FZ of 27.07.2006 (ed. 01.05.2019) // Collection of legislation of the Russian Federation. 2006. No. 31 (1 pt.), Article 3448. (In Russian).
12. Timeshov R. P. Immaterial benefits in civil law and their protection: Extended abstract of Cand. Sci. Dissertation (Law). Krasnodar, 2010. 24 p. (In Russian).
13. The Civil Code of the Russian Federation (part two) of 26.01.1996 No. 14-FZ (ed. 18.03.2019, with amendments. from 03.07.2019) // Collection of legislation of the Russian Federation. 1996. No. 5, Article 410. (In Russian).
14. The Civil Code of the Russian Federation (part one) from 30.11.1994 No. 51-FZ (ed. 16.12.2019, with amendments from 12.05.2020) // Collection of legislation of the Russian Federation. 1994. No. 32, Article 3301. (In Russian).
15. Erdelevsky A. M. On the Legal Nature of Business Reputation // Economics and life. Lawyer. 2017. No. 3. P. 24. (In Russian).
16. Valevskaya A. A. Business Reputation as an Object of Civil Rights // Bulletin of the Saratov State Law Academy. 2019. No. 5 (130). P. 113–115. (In Russian).
17. Lyubetskiy P. M. Features and Place of business reputation of Legal Entities among Non-Material Benefits // Territory of New Opportunities. 2016. No.3 (34). P. 79–86. (In Russian).
18. Khvan O. V. Business Reputation as a Part of Intangible Assets of Legal Entities and Individual Entrepreneurs // North Caucasus Legal Bulletin. 2012. No. 1. P. 80–85. (In Russian).
19. Sukhoverhiy V. L. Personal non-property rights of citizens in Soviet civil law, 1970. Accessed through Law assistance system “Consultant Plus”. (In Russian).
20. Pridvorov N. A. Dignity of the individual and socialist law, 1977. Accessed through Law assistance system “Consultant Plus”. (In Russian).
21. Maleina M. N. Protection of personal non-property rights of Soviet citizens, 1991. Accessed through Law assistance system “Consultant Plus”. (In Russian).
22. Krasavchikova L. O. Civil and legal protection of honor and dignity, 1993 // Accessed through Law assistance system “Consultant Plus”. (In Russian).
23. Kolosova V. I., Vavilycheva T. Yu. Business Reputation: Concept, Problems of Legal Regulation and Protection // Vestnik NNSU. 2011. No. 3–1. P. 258–266. (In Russian).
24. Parygina N. N. Business Reputation in the System of Intangible Benefits // Theory and Practice of Social Development. 2017. No. 1. P. 143–147. (In Russian).
25. Erdelevskii A. M. Kompensatsiia moralnogo vreda: analiz i kommentarii zakonodatelstva i sudebnoi

27. Михалеви́ч Е. В. Деловая репутация: субъекты гражданских правоотношений, имеющие право на ее защиту // Юрист. 2012. № 4. С. 34–41.
28. Аюпов О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Томск, 2013. 23 с.
29. Рожкова А. М., Глазкова М. Е., Афанасьев Д. В., Ворожевич А. С. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) / под общ. ред. М. А. Рожковой. М. : Статут, 2015. 430 с.
26. About mass media: the Law of the Russian Federation of 27.12.1991 No. 2124-1 (ed. 01.03.2020) // Rossiyskaya Gazeta, No. 32, 08.02.1992. (In Russian).
27. Mikhalevich E. V. Business reputation: subjects of civil law relations that have the right to protect it // Lawyer. 2012, No. 4. P. 34–41. (In Russian).
28. Ayupov O. Sh. Protection of the business reputation of a legal entity from defamation in the civil law of Russia: Extended abstract of Cand. Sci. Dissertation (Law). Tomsk, 2013. 23 p. (In Russian).
29. Rozhkova A. M., Glazkova M. E., Afanasev D. V., Vorozhevich A. S. Zashchita delovoi reputatsii v sluchaiakh ee diffamatsii ili nepravomernogo ispolzovaniia (v sfere kommercheskikh otnoshenii) / Ed. M. A. Rozhkovoi. Moscow : Statut, 2015. 430 p. (In Russian).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Абакумова Екатерина Борисовна – кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права, Новосибирский военный институт им. генерала армии И. К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации; старший научный сотрудник отдела социальных и правовых исследований, Институт философии и права СО РАН, Новосибирск, Россия.
E-mail: civilization1981@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina B. Abakumova – Candidate of Sciences (Law), Associate Professor, Department of Civil Law, Novosibirsk Military Institute named after General of the Army I. K. Yakovlev of National Guard Troops of the Russian Federation; Senior Researcher, Department of Social and Legal Research, Institute of Philosophy and Law of the Siberian Branch of the RAS, Novosibirsk, Russia.
E-mail: civilization1981@mail.ru