

Пташник И.Р.

Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника

ЭТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОВЕДЕНИЯ КСЕНОТРАНСПЛАНТАЦИИ**Резюме**

Данная статья посвящена возможностям применения органов животных, или проведению т.н. ксенотрансплантации, при трансплантации органов человеку. Обращено внимание на успешность исследований в данной сфере, на примеры применения ксенотрансплантации. Автором исследованы все этические и моральные проблемы, с которыми сталкиваются юристы и врачи, привлеченные к вопросам ксенотрансплантации. В статье также отмечается необходимость четкого регулирования всех аспектов трансплантации с помощью тканей, клеток и органов животных.

Ключевые слова: трансплантация органов, ксенотрансплантация, этические и моральные вопросы ксенотрансплантации, медицинская практика.

Ptashnyk I.R.

Carpathian National University after Vasyl Stefanyk

ETHICAL ISSUES OF XENOTRANSPLANTATION**Summary**

This article focuses on the possibilities of using organs and cells of animals, or conduction of the so-called xenotransplantation, during transplantation of human organs. Attention is paid to successful researches in this field, the examples of application of xenotransplantation. The author has studied all the ethical and moral issues faced by lawyers and doctors involved in the process of xenotransplantation. In the article it is also stressed the need for strict regulation of all aspects of transplantation while using tissues, cells and organs of animals.

Key words: organ transplantation, xenotransplantation, ethical and moral issues of xenotransplantation, medical practice.

УДК 347.121.2

ЗАХИСТ ПРАВА ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ НА ДІЛОВУ РЕПУТАЦІЮ**Федюк Л.В.**

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

У цій статті розглядається питання захисту ділової репутації юридичної особи. Досліджуються підстави для захисту цього суб'єктивного права. Значна увага приділяється способам захисту права на ділову репутацію.

Ключові слова: юридична особа, ділова репутація, особисті немайнові права, право на ділову репутацію, захист особистого немайнового права.

На сьогоднішній день право на ділову репутацію юридичними особами захищається найчастіше з усіх їхніх особистих немайнових прав. Це зумовлено тим, що існує жорстка конкуренція юридичних осіб, і деякі особи з однієї сфери діяльності намагаються всіма способами усунути конкурента та зайняти вигідне для себе становище недобросовісними способами. Виходячи з цього, проблема захисту ділової репутації є дуже актуальним питанням сьогодення.

В своїй науковій статті ми проведемо дослідження даної проблеми, опираючись на праці таких науковців як: О.С. Жидкова, С. Зіхрацький, А.П. Сергеев, Ю.Г. Іваненко, Н.Ю. Нікулічева, Л.К. Рафієва, М.Л. Шелютто, І.В. Саприкіна, К.М. Дьяченко.

У ній ми розглянемо правовідносини щодо захисту права юридичної особи на захист ділової

репутації, проаналізуємо підстави для такого захисту та дослідимо способи його захисту.

Перш за все слід сказати, що право на захист ділової репутації – це гарантована можливість особи на свій розсуд захищати суб'єктивне право на недоторканність ділової репутації від протиправних посягань інших осіб, скориставшись системою встановлених державою способів і засобів захисту, застосовуваних судом та іншими уповноваженими органами або самою особою для забезпечення реалізації й відновлення стану, який існував до порушення, а також на припинення дій, якими порушується право на недоторканність ділової репутації, і відшкодування шкоди, заподіяної інтересам особи [1, с. 9].

Підставами для захисту особистого немайнового права на ділову репутацію є: розповсюдження даних, якщо вони не відповідають дійсності та

носять негативний характер [2].

Під поширенням інформації слід розуміти опублікування її в пресі, поширення в мережі Інтернет, передання по радіо, телебаченню чи з використанням інших засобів тощо. Проте судам необхідно враховувати, що повідомлення інформації лише особі, якої вона стосується, не може визнаватися її поширенням, якщо особа, яка повідомила таку інформацію, вжила достатніх заходів конфіденційності для того, щоб ця інформація не стала доступною третім особам [3, п. 15].

Дехто впевнений, що посилання на чутки або громадську думку є одним із способів уникнути від пред'явлення позову. Розповсюджувачі таких відомостей часто посилаються на те, що вони не поширювали інформацію щодо конкретної особи, а поширювали лише реально існуючі чутки про нього. Оскільки факт наявності чуток відповідає дійсності, відповідальність по захисту ділової репутації, на їхню думку, не повинна наступати. Однак судова практика по-іншому вирішує це питання.

Недостовірною вважається інформація, яка не відповідає дійсності або викладена неправдиво, тобто містить відомості про події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але відомості про них не відповідають дійсності, тобто є неповні або перекручені [3, п. 15]. Згідно з частиною третьою статті 277 Цивільного кодексу України негативна інформація, поширена про особу, вважається недостовірною, якщо особа, яка її поширила, не доведе протилежного.

При визначенні цього питання слід також приймати до уваги ступінь недостовірності відомостей. Якщо ступінь їх недостовірності незначна, вони можуть не визнаватися такими, що порушують право юридичної особи. З журналістами, які не розбираються в тонкощах законодавства, часто трапляються ситуації, коли вони можуть застосовувати не зовсім коректні юридичні терміни, і такі помилки не повинні визнаватися такими, що принижують ділову репутацію. У той же час якщо помилка значна, то такі відомості повинні визнаватися такими, що порушують право. Ступінь недостовірності і те, як цей факт впливає на принижуючий характер відомостей, визначається судом на основі внутрішніх переконань. Ступінь недостовірності буде по-різному оцінюватися читачем в залежності також і від форми викладу матеріалу, використовуваних журналістських прийомів, особливостей поширення відомостей. Не можна не погодитися з тим, що коли мова йде про карикатури і фейлетони, то необхідно враховувати специфіку літературної форми викладу. Іноді сама художня форма подачі матеріалу (фейлетон, карикатура, пародія) передбачає відомий художній домисел автора. Використання при цьому таких художніх прийомів, як гіпербола, метафора, гротеск само по собі не може вважатися протиправним, якщо тільки це виправдано законами жанру, не створює в публіки спотвореного уявлення про суб'єкта і не виражено в образливий для нього формі [4, с. 25].

Негативною слід вважати інформацію, в якій стверджується про порушення особою норм чин-

ного законодавства чи вчинення будь-яких інших дій, наприклад, порушення принципів моралі, загальноновизнаних правил співжиття, неетична поведінка в особистому, суспільному чи політичному житті тощо, і яка порушує його право на повагу до ділової репутації [3, п. 15].

Негативна інформація є заперечною інформацією, протилежною позитивній [5, с. 457]. Не всі недостовірні дані є негативними, а лише ті, які звинувачують особу в порушенні норм права, моралі. Навіть негативні дані можуть не вважатися такими, що порушують права на ділову репутацію, бо вони мають бути такими, що применшують ділову репутацію юридичної особи.

Ю.Г. Іваненко, розглядаючи цю проблему, ділить відомості на ті, що об'єктивно порочать і суб'єктивно порочать ділову репутацію. До перших відносяться відомості, чий принижуючий характер очевидний для всіх або більшості, до других – ті відомості, які сприймаються такими, що ганьблять конкретною особою [6, с. 14]. Тому при аналізі відомостей на предмет порушення моральних принципів необхідно враховувати соціальну групу, до якої належить позивач, а також особливості поширення відомостей. Однак при зверненні уваги на соціальну групу і моральні принципи, якими керуються члени цієї групи, необхідно мати на увазі, що ці принципи не повинні суперечити загальноприйнятим у всьому суспільстві моральних цінностей.

Як бачимо, основним порушенням права на ділову репутацію юридичної особи є розповсюдження про неї неправдивих відомостей. В літературі це поняття називають «дифамацією» [7, с. 85], під якою розуміють будь-яке поширення компрометуючих відомостей. В залежності від відповідності поширених відомостей дійсності і суб'єктивного ставлення розповсюджувача до своїх дій, можна виділити наступні види дифамації: умисна недостовірна дифамація. Це поширення завідомо неправдивих ганебних відомостей або наклеп; ненавмисна недостовірна дифамація. Це ненавмисне поширення неправдивих ганебних відомостей; достовірна дифамація. Це поширення правдивих компрометуючих відомостей, яке може бути навмисним і ненавмисним [8, с. 17].

Для цивільно-правового захисту ділової репутації юридичної особи має значення лише сам факт поширення неправдивих відомостей незалежно від форми і способу передачі неправдивої інформації, кількості повідомлених осіб та умов ознайомлення з нею потерпілої організації. Не є обов'язковою ознакою поширення відомостей публічний характер їх повідомлення, оскільки висловлені навіть у присутності однієї особи, якої вони не стосуються, ці відомості тягнуть можливість їх спростування [9, с. 141]. Як справедливо відзначається в літературі, розповсюджувач відомостей, що не відповідають дійсності і ганьблять юридичну особу, позбавлений можливості якимось чином обмежити їх подальше розповсюдження. Інформація, яка повідомлена хоча б одній особі, якої вона не стосується особисто, може за типом ланцюгової реакції стати надбанням подальшого необмеженого кола обізнаних осіб [10,

c.39], тобто розповсюдженням є розголошення відомостей серед невизначеного кола осіб, і це може бути навіть одна людина. Інколи навіть не має значення факт отримання відомостей особами, якщо, наприклад, опубліковану статтю чи розміщену інформацію в Інтернеті ніхто не читав, все одно порушення права на ділову репутацію відбулося, і можна говорити про можливість його захисту.

Стосовно захисту ділової репутації організації, дослідниця Н.Ю. Нікулічева пропонує класифікувати його способи на:

1) способи, що забезпечують реалізацію права на ділову репутацію. Це може бути присікання дій, які порушують право, що може мати місце лише в тому випадку, якщо відомості, які містяться в нерозповсюджених джерелах, раніше були розповсюджені тим же способом і кваліфіковані судом як ті, що не відповідають дійсності і паплюжать ділову репутацію організації;

2) відновлення юридичного стану, яке існувало до порушення права. Сюди можна віднести спростування, накладення обов'язку про публікацію відповіді на засіб масової інформації;

3) компенсація порушення права на ділову репутацію. Це такі способи як відшкодування збитків та компенсація шкоди [11, с. 21-22], які, на наш погляд, не є вичерпними.

М.Л. Шелютто виділяє різновиди правовідносин щодо захисту ділової репутації:

1) різновид, в якому способом захисту виступає опублікування відповіді. Він здійснюється без покладання на порушника якомусь обов'язків поза зобов'язанням: якщо встановити особу, яка розповсюджує відомості, що не відповідають дійсності неможливо, особа вправі звернутися до суду із заявою про визнання поширених відомостей такими, що не відповідають дійсності;

2) різновид, в якому способом захисту виступає спростування. Вона характеризується як модель позадогівного зобов'язання, яке не є зобов'язанням по відшкодуванню шкоди водночас;

3) різновид, в якому способом захисту виступає відшкодування (компенсація) шкоди. В частині застосування майнового способу захисту, тобто відшкодування (компенсації) шкоди, правовідносини щодо захисту ділової репутації має форму деліктного зобов'язання [12, с. 66]. Проте, нас більше влаштовує конструкція, за якою способи захисту права на ділову репутацію поділяються на загальні і спеціальні.

Для захисту права на недоторканність ділової репутації можуть застосовуватися не тільки практично всі загальні способи, закріплені в ст. 16 ЦК України, але й спеціальні, зокрема, поновлення порушеного особистого немайнового права; право на відповідь та спростування недостовірної інформації; заборона поширення інформації, якою порушено особисті немайнові права. Застосування спеціальних способів захисту можливе паралельно із загальними, що надасть змогу уповноваженій особі більш ефективно захистити порушене право на недоторканність ділової репутації [1, с. 6].

Можна засвідчити, що ефективність спеціаль-

них способів захисту підтверджується на сьогодні судовою практикою, а враховуючи, що перелік способів захисту цивільних прав залишається відкритим, спостерігається тенденція до появи нових, більш ефективних саме для захисту ділової репутації, способів захисту. Обґрунтовуються положення про те, що мають значну специфіку позови про захист ділової репутації за участю ЗМІ, яка полягає у специфіці складу учасників цих відносин; у різних формах представлення засобів масової інформації, зокрема, в сучасній електронній формі; у значно більшому резонансі справ, які пов'язані із публікаціями у ЗМІ; у підвищенні ролі ЗМІ в сучасний період розвитку демократії в Україні і наближенні України до європейських стандартів у сфері захисту прав як фізичних і юридичних осіб, так і журналістів; у підвищенні відповідальності органів ЗМІ і журналістів, влади, кожного громадянина України у сфері захисту честі, гідності, ділової репутації. Все зазначене впливає на динаміку розвитку законодавства у сфері прав людини і на провідну роль судової практики в питаннях його подальшого вдосконалення [13, с. 7].

Законодавство про засоби масової інформації теж передбачає спростування інформації. Відповідно до нього юридичні особи мають право вимагати від редакції друкованого засобу масової інформації опублікування ним спростування поширених про них відомостей, що не відповідають дійсності або принижують їх честь та гідність. Якщо редакція не має доказів того, що опубліковані нею відомості відповідають дійсності, вона зобов'язана на вимогу заявника опублікувати спростування їх у запланованому найближчому випуску або опублікувати його за власною ініціативою. Спростування повинно бути на тому ж місці шпальти, де містилося повідомлення, яке спростовується під заголовком «Спростування». Обсяг спростування може удвічі перевищувати обсяг спростованого фрагменту опублікованого повідомлення або матеріалу, воно може бути підготовленим у формі відповіді. Скорочення чи інші зміни в тексті спростування заявника без його згоди не допускаються. Редакція може відмовити в публікації спростування, якщо спростування: порушує положення статті 3 Закону «Про засоби масової інформації (пресу) в Україні»; суперечить рішенню або вироку суду, які набрали чинності; є анонімним; якщо спростування стосується відомостей, які нею вже спростовано [14, ст. 37].

Що стосується порушення права на ділову репутацію засобами телебачення чи радіомовлення, то законодавство закріплює, що юридична особа має право вимагати від телерадіоорганізації спростування поширених у її програмі чи передачі відомостей, які не відповідають дійсності. Заяву з вимогою спростування має бути подано до телерадіоорганізації у письмовій формі протягом 14 днів з дня поширення таких відомостей з письмовим повідомленням про це Національної ради. Телерадіоорганізація зобов'язана розглянути заяву у семиденний термін з дня її надходження, і на вимогу заявника надати йому можливість безкоштовного прослуховування (пе-

регляду) відповідного фрагменту програми чи передачі. Якщо в телерадіоорганізації відсутні достатні докази того, що поширені нею відомості відповідають дійсності, вона зобов'язана терміново їх спростувати тією ж телерадіоорганізацією і в такій же програмі чи передачі, що їй відомості, які не відповідають дійсності, або в інший час за домовленістю. У спростуванні має бути зазначено, які відомості не відповідають дійсності, коли і в якій програмі чи передачі вони були поширені телерадіоорганізацією. Якщо юридична особа надала текст спростування, то він підлягає поширенню, його скорочення чи інші зміни без згоди юридичної особи не допускаються. Телерадіоорганізація може надати йому можливість зачитати власний текст і передати його в запису [15, ст. 64].

Також юридична особа може використати схожий спосіб захисту – право на відповідь. Воно полягає в дачі коментарю чи власного тлумачення обставин справи у програмах та передачах телерадіоорганізації незалежно від того, було подано заяву з вимогою спростування чи ні [15, ст. 65]. Цей же спосіб вона може використовувати і при порушенні його права іншим засобом масової інформації [16, ч. 6 ст. 277].

Право на відповідь схоже з правом на спростування, але має кілька принципових відмінностей:

- спростування застосовується виключно в разі поширення відомостей, які не відповідають дійсності і ганьблять ділову репутацію особи, в той час як відповідь можлива в разі опублікування відомостей, що ущемляють права або охоронювані законодавством інтереси особи. Це можуть бути відомості, які не відповідають дійсності, але не паплюжать ділову репутацію цієї особи, або відомості, що порочать особу, хоч і відповідають дійсності;

- спростування може застосовуватися у всіх випадках поширення неправдивих ганебних відомостей, в той час як відповідь застосовується виключно при опублікуванні відомостей у засобах масової інформації [2].

- спростування виходить від редакції, хоча текст може бути запропонований особою, щодо якої поширені не відповідають дійсності відомості, а під відповіддю ж ставиться підпис громадянина чи юридичної особи, чії права були порушені газетною публікацією [17, с. 12].

Найпоширенішими способами захисту права юридичної особи на ділову репутацію в суді є відшкодування збитків і моральної шкоди. Компенсацію моральної шкоди в роботі І.В. Саприкіної названо основним способом захисту особистих немайнових прав. Практично будь-яке порушення прав у цій сфері тягне за собою також фізичні і моральні страждання. У законодавстві і в науці вживаються і нині, як рівнозначні, терміни «моральна шкода» та «немайнова шкода». Доводиться, що у всіх випадках слід зазначати «немайнова шкода», оскільки саме цей термін здатний поглинути усі інші значення даного поняття. Можливо, у складі «немайнової шкоди» можна буде говорити про шкоду психічну, можливо про моральну,

але в усіх випадках йдеться саме про немайнову шкоду, як певну протиправу шкоді майновій [13, с. 16]. Схожу позицію висловлює А.Ф.Суржик: що до компенсації моральної шкоди юридичній особі, то вводить подібну термінологію представляється неприпустимим. Юридична особа, щодо якої поширені відомості, що порочать його ділову репутацію, має право поряд із спростуванням таких відомостей вимагати відшкодування збитків і грошової компенсації нематеріальної шкоди, завданих їх розповсюдженням [18, с. 180].

Дехто вважає, що юридичній особі неможливо причинити моральну шкоду, і пропонує встановити фіксований розмір відповідальності у випадку винного протиправного посягання на ділову репутацію юридичної особи у вигляді штрафу [11, с. 22], що видається нам неправильним. Протилежна позиція стверджує: юридична особа, наприклад, музей, завод, акціонерне товариство, фізичних чи моральних страждань зазнавати не може, а тому неможлива і компенсація неіснуючої «моральної шкоди», ніби заподіяної юридичній особі [19, с. 11]; компенсація моральної шкоди не може бути застосована до юридичної особи, оскільки організація не може відчувати моральних страждань [20, с. 53]; ні про які фізичні або моральні страждання не може йти мова, якщо потерпілим є юридична особа, оскільки визначення моральної шкоди як фізичних і моральних страждань не дає юридичній особі можливості пред'явити суду докази [21, с. 25]. Всі вони стверджують, що юридична особа, щодо якої поширені відомості, які не відповідають дійсності, що порочать його ділову репутацію, може захищатися тільки за допомогою спростування таких відомостей і відшкодування збитків, з чим ми погодитись не можемо. Інші дослідники пропонують замість терміну «моральна шкода» застосовувати поняття «репутаційна шкода» [22, с. 145].

На нашу думку, моральна сторона відносин може бути між будь-якими суб'єктами, в тому числі, коли в правовідносини вступає юридична особа. Юридична особа створюється людьми, вона діє за допомогою людей, це є співтовариство фізичних осіб, які організуються між собою і діють в інтересах цієї юридичної особи. Отже, якщо завдають шкоду діловій репутації юридичної особи, співвласники та люди, які там просто працюють можуть зазнавати душевних хвилювань, психологічних переживань, тож їм завдається моральна шкода. Ці фізичні особи діють як об'єднання, тобто юридична особа це ніщо інше як «сукупність фізичних осіб», і така юридична особа може вимагати компенсації моральної шкоди за порушення права на ділову репутацію. Інша справа, що її важко обчислити, але підрахування матеріальної шкоди теж має свої складнощі. На практиці моральна шкода за порушення ділової репутації юридичній особі відшкодовується судами в невинувато малих розмірах.

Що стосується проблеми розрахунків шкоди, на допомогу можуть прийти економічні показники, які пропонуються деякими дослідниками. Такими величинами можуть бути показники, які умовно діляться на дві групи: показники, отри-

мані шляхом аналізу даних бухгалтерського балансу організації; інші показники успішності діяльності юридичної особи.

До першої групи показників відносяться: коефіцієнт поточної ліквідності, який характеризує загальну забезпеченість організації оборотними коштами для ведення господарської діяльності і своєчасного погашення термінових зобов'язань (від 0 до 10 балів); коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, що показує наявність власних оборотних коштів у організації, необхідних для його фінансової стійкості (від 0 до 5 балів); коефіцієнт фінансової незалежності, який показує частку власного капіталу організації в активах (від 0 до 5 балів); коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості відображає швидкість погашення дебіторської заборгованості організації (від 0 до 5 балів); коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості відображає швидкість погашення кредиторської заборгованості організації (від 0 до 5 балів); коефіцієнт оборотності активів організації (від 0 до 5 балів), що характеризує швидкість оборотності всіх активів організації. Необхідність обліку зазначеного показника обумовлена особливістю ділової репутації, яка, здійснюючи перенесення своєї ціни на товар, роботу або послугу, не зменшує своєї цінності, а тільки збільшує її; рентабельність продажів показує, скільки прибутку припадає на одну гривню товару, робіт, послуг (від 0 до 5 балів); рентабельність власного капіталу відображає ефективність використання власного капіталу організацією (від 0 до 5 балів) [7, с. 98].

Показниками другої групи є: частка зобов'язань з пропущеним терміном виконання в загальному обсязі зобов'язань організації за певний період (від 0 до 5 балів). Даний показник ілюструє насамперед зацікавленість організації в продовженні своїх ділових контактів і збільшення швидкості обороту фінансових засобів; плинність кадрів організації свідчить про наявність або відсутність у неї досвідчених і зацікавлених в результатах діяльності організації працівників, а також про витрати, що вкладаються організацією в розвиток власного персоналу (від 0 до 5 балів); частка постійних клієнтів організації в загальній кількості клієнтів за певний період (від 0 до 5 балів). Показник ілюструє впевненість контрагентів в якості діяльності організації та її надійності; зростання чи зниження числа клієнтів організації характеризує якість діяльності організації, її надійності і ділову активність, що також впливає на популярність юридичної особи, і, відповідно, на його ділову репутацію (від 0 до

5 балів). Набрана організацією кількість балів еквівалентно розміру відсотків, які при співвідношенні з величиною її власного капіталу вкажуть на величину ділової репутації. Наприклад, якщо юридична особа набрала 30 балів, і якщо розмір його власного капіталу дорівнює 10000 гривень, то 30% від 10000 складають 3000 гривень, які і відображаються в якості ділової репутації організації в її бухгалтерському балансі [7, с. 99]. Деякі з цих показників та їх величина можуть, на нашу думку, використовуватися при розрахунку завданих збитків діловій репутації.

Загалом, відшкодування збитків юридичній особі повинно розраховуватися з урахуванням:

- коштів, які необхідні на відновлення ділової репутації,

- реальних збитків, як втрати чи пошкодження майна юридичної особи,

- упущеної вигоди, як недоотримані прибутки у зв'язку з приниженням її ділової репутації.

Хотілося б ще додати щодо такої вимоги особи, право на ділову репутацію якої порушене, як вибачення перед нею відповідача. Деякі правознавці стверджують, що суд не вправі зобов'язувати відповідача вибачитися перед позивачем у тій чи іншій формі, оскільки примусове вибачення як спосіб судового захисту гідності, честі чи ділової репутації за поширення недостовірної інформації не передбачено у статтях 16, 277 Цивільного кодексу, як нам тлумачить Постанова Пленуму Верховного суду України Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи [3, п. 25].

Хочемо зауважити, що стаття 16 Цивільного кодексу містить невичерпний перелік способів захисту. Крім того, особа вимагати через суд вибачення не може, то інакшим чином примусити порушника ділової репутації вибачитися перед юридичною особою практично неможливо. Не коректно відмовляти особі, що постраждала внаслідок порушення її особистих немайнових прав у вимозі про вибачення перед нею за дії правопорушника. Доцільно внести зміни до Цивільного кодексу України, і прямо передбачити такий спосіб захисту як публічне вибачення.

Насправді, на практиці важко відсудити моральні, і навіть матеріальні збитки, оскільки треба довести, що вони є наслідком саме порушення права юридичної особи на ділову репутацію. В подальшому варто дослідити проблему причинно-наслідкового характеру заподіяння шкоди внаслідок порушення права на ділову репутацію.

Список літератури:

1. Жидкова О.С. Цивільно-правовий механізм захисту права на недоторканність ділової репутації: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. / Харківський національний університет внутрішніх справ. – Х.: 2008. – 16 с.
2. Зихрацкий С. Основания гражданско-правовой защиты чести, достоинства и деловой репутации. // www.law.bymedia.net.
3. Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи: Постанова Пленуму Верховного суду України від 27.02.2009, № 1. / <http://zakon2.rada.gov.ua>.
4. Сергеев А.П. Право на защиту репутации. – Л.: Знание, 1989. – 144 с.

5. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України: У 2т. – 2-ге вид., переробі доп. / За ред. О.В.Дзери, Н.С.Кузнецової, В.В.Луця. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – Т.1. – 832 с.
6. Иваненко Ю.Г. Актуальные вопросы защиты чести, достоинства, деловой репутации граждан и деловой репутации юридических лиц: Автореф.дисс. ...канд.юр.наук: 12.00.03. – М., 1998. – 18 с.
7. Никуличева Н.Ю. Право юридических лиц на деловую репутацию и его гражданско-правовая защита: Дисс. ...канд.юр.наук: 12.00.03. / Российская академия наук Сибирское отделение Институт философии и права. – Новосибирск, 2004. – 177 с.
8. Самородов Д.А. Достоверная диффамация и гражданско-правовая ответственность за неё. // Юрист. – 2001, № 8. – С. 17-19.
9. Рафиева Л.К. Условия и порядок гражданско-правовой защиты чести и достоинства граждан и организаций. // Вестник ЛГУ: Сер. Экономика, философии и права. – 1966, № 5. – Вип.1. – С. 139-144.
10. Иваненко Ю.Г. Юридически значимые понятия по делам о защите чести, достоинства, деловой репутации. // Адвокатская практика. – 2002, № 2. – С. 38-46.
11. Никуличева Н.Ю. Право юридических лиц на деловую репутацию и его гражданско-правовая защита: Автореф.дисс. ...канд.юр.наук: 12.00.03. / Российская академия наук Сибирское отделение Институт философии и права. – Новосибирск, 2004. – 23 с.
12. Шелютто М.Л. Гражданско-правовая защита чести, достоинства и деловой репутации: Дисс. ...канд.юр.наук. – М., 1997 – 189 с.
13. Саприкіна І.В. Захист честі, гідності, ділової репутації фізичної особи за законодавством України: Автореф. дис. ...канд.юр.наук: 12.00.03. / Київський національний університет ім. Т.Шевченка. – К., 2006. – 20 с.
14. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992, № 2782-ХІІ. / Відомості Верховної Ради України. – 1993, № 1. – ст. 1.
15. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993. – № 3759-ХІІ. / Відомості Верховної Ради України. – 1994, № 10. – ст. 43.
16. Цивільний кодекс України від 16.01.2003. № 435- ІV. / Відомості Верховної Ради України. – 2003, № 40-44. – Ст. 356.
17. Ковалев Е.А., Шевчук В.Д. Защита чести, достоинства и деловой репутации в суде: Практ. рек. – Ярославль: Редгаз. «Именем закона». – 1995. – С. 11-12.
18. Суржик А.Ф. Проблемы правового регулирования институтов чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве Российской Федерации: Дисс. ...канд.юр.наук: 12.00.03. – М.: 2006. – 199 с.
19. Бониер А. Можно ли компенсировать моральный вред юридическому лицу? // Российская юстиция. – 1996. – № 6. – С. 44-46.
20. Михно Е.А. Компенсация морального вреда во внедоговорных обязательствах: Дисс. канд.юр.наук. – СПб, 1998. – 16 с.
21. Голубев К., Нарижний С. Защита деловой репутации юридических лиц. // Российская юстиция. – 1999, № 7. – С. 24-25.
22. Дьяченко Е.М. Деловая репутация юридических лиц: Дисс. ...канд.юр.наук: 12.00.03. / Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2005. – 218 с.

Федюк Л.В.

Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника

ЗАЩИТА ПРАВА ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА НА ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ

Резюме

В этой статье рассматривается вопрос защиты деловой репутации юридического лица. Исследуются основания для защиты этого субъективного права. Значительное внимание уделяется способам защиты права на деловую репутацию.

Ключевые слова: юридическое лицо, деловая репутация, личные неимущественные права, право на деловую репутацию, защита личного неимущественного права.

Fedyuk L.V.

Carpathian National University after Vasyl Stefanyk

PROTECTING THE RIGHTS OF A LEGAL PERSON TO REPUTATION

Summary

This article discusses the issue of protection of business reputation of a legal person. Investigated the grounds for protecting this right. Considerable attention is paid to ways of protecting the rights of business reputation.

Key words: legal persons, business reputation, moral rights, the right to reputation, protecting the personal non-property rights.