

УДК 34

DOI: 10.34670/AR.2025.49.99.013

Правовое регулирование удаления не соответствующей действительности информации о клинике пластической хирургии из информационно-коммуникационной сети Интернет

Ястремский Иван Анатольевич

Адвокат,
филиал «Адвокатская контора “Пелевин и партнеры”»,
ННО «Ленинградская областная коллегия адвокатов»,
191187, Российская Федерация, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, 6-а;
e-mail: ur-fin@mail.ru

Аннотация

В статье исследуются особенности правового регулирования государственной политики в области пластической хирургии. Установлено, что деловая репутация клиники пластической хирургии представляет собой суждение людей и организаций о ее компетентности, надежности, профессиональности. Выяснено, что при выборе возмездных медицинских услуг клиенты, в первую очередь обращают внимание на деловую репутацию клиники пластической хирургии, поэтому ее дискредитация может повлечь потерю клиентов и существенные убытки. Обосновано, что судебный порядок является действенным инструментом защиты деловой репутации, в суде клиника пластической хирургии вправе требовать удаления сведений, порочащих ее деловую репутацию, а также их опровержения. Отмечено, что также возможно обратиться к администратору сайта с предложением об удалении информации в досудебном порядке. Раскрыто, что основаниями для удаления информации выступают: дискредитация репутации клиники пластической хирургии размещенными сведениями, их несоответствие действительности, их публикация в Интернете. Обращено внимание, что нередко суды не исследуют должным образом содержание публикаций, не выясняют, соответствуют ли они действительности и немотивированно отказывают в исках, ссылаясь на то, что они представляют собой личное мнение автора, либо являются оценочными суждениями. Сделан вывод, что в случае признания судом опубликованной в Интернете информации не соответствующей действительности, владелец или администратор сайта обязан ее удалить.

Для цитирования в научных исследованиях

Ястремский И.А. Правовое регулирование удаления не соответствующей действительности информации о клинике пластической хирургии из информационно-коммуникационной сети Интернет // Вопросы российского и международного права. 2025. Том 15. № 8А. С. 91-96. DOI: 10.34670/AR.2025.49.99.013

Ключевые слова

Клиника пластической хирургии, деловая репутация, суд, защита деловой репутации, сведения, информация, опровержение, удаление, Интернет, сайт.

Введение

В последнее время в средствах массовой информации (СМИ) и Интернете наблюдается рост числа недостоверных сообщений о некачественном оказании медицинских услуг клиниками пластической хирургии (далее – клиника). Подобные публикации могут нанести значительный вред деловой репутации клиники.

В настоящее время понятие «деловая репутация» нормативно не закреплено. В теории деловая репутация клиники рассматривается как мнение людей и организаций о ее добросовестности, надежности, профессиональности. При выборе медицинских услуг клиенты, в первую очередь ориентируются на деловую репутацию. Поэтому ее ухудшение может повлечь потерю клиентов и серьезные убытки.

Важность деловой репутации обусловлена ее способностью привлекать новых и удерживать существующих пациентов, развивать медицинскую практику. Распространение же порочащей информации может причинить большой ущерб репутации клиники, а скорость и охват Интернета увеличивает ее уязвимость.

Основная часть

Посыгательства на репутацию заставляя организации искать защиты своих прав и интересов в судах. В настоящее время фиксируется рост числа судебных дел о защите деловой репутации, их количество существенно увеличилось [Кокорин, Категор, Виноградов, 2019].

Хотя соблюдать досудебный порядок в этой категории споров не требуется, можно добиваться удаления распространенной информации и до подачи иска. В этом случае следует обратиться к администратору сайта с предложением об удалении информации со ссылкой на п. 5 ст. 152 ГК РФ.

Учитывая затяжной характер споров, нередки случаи, когда распространитель информации соглашается удалить распространенные сведения, не доводя дело до суда. Но если добровольно опубликовать опровержения и удалить спорный текст автор отказывается, клиника вправе направить в суд иск о защите деловой репутации (ст. 152 ГК).

В досудебной претензии можно сослаться на обращение в правоохранительные органы, если материал откажут удалить. Например, за клевету с использованием информационно-телекоммуникационных сетей (ч. 2 ст. 128.1 УК) и за оскорбление (ч. 2 ст. 5.61.КоАП). В последнем случае заявление поможет, если суд в рамках гражданского спора признает спорные суждения оценочными, но при этом оскорбительными.

На основании п.п. 1, 5, 11 ст. 152 ГК РФ, клиника вправе требовать удаления информации, дискредитирующей ее деловую репутацию, а также опровержения данных сведений [Гражданский кодекс Российской Федерации, www].

Положения ст. 152 ГК РФ не ограничивают способы защиты нарушенных прав клиники. Так, она может одновременно требовать признать информацию не соответствующей действительности и удалить ее [Аржанникова, 2024].

Удаление автором своего сообщения на сайте на момент обращения клиники в суд не препятствует этому и не является основанием для отказа в удовлетворения иска. При этом должны быть представлены соответствующие доказательства размещения информации [Толочкова, 2024].

Основаниями для удаления информации являются следующие: дискредитация репутации

организации распространяемыми сведениями, их несоответствие действительности, т.е. ложность, их публикация на каком-либо сайте.

Для удаления информации из Интернета клиника должна обосновать ее порочащий характер, т.е. отрицательное влияние на отношение третьих лиц к истцу, например, указывая на нарушения положений нормативных правовых актов, этики, размещение недостоверной рекламы, ведения нелегальной деятельности, и т.д. Клинике будет отказано иске, если распространитель докажет, что опубликованные сведения достоверны. Кроме того, оценочные суждения и мнения не относятся к порочащей информации.

Распространение дискредитирующей информации наносит ущерб деловой репутации клиник, что выражается в негативных последствиях для ее деятельности, ухудшении имиджа в глазах граждан, других организаций, государства.

В качестве доказательств размещения сведений могут представляться скриншоты страниц сайта из Интернета, фотографии, видеофайлы и пр. При обнаружении порочащей информации клиника должна принять меры для сохранения и закрепления доказательств этого.

При этом рекомендуется составить удостоверенный нотариусом протокол осмотра доказательств. Нотариус зафиксирует текст статьи и факт ее публикации на сайте, что будет считаться обеспечением доказательств.

Данная обеспечительная мера дает возможность сохранить соответствующую информацию, пока автор не удалил ее [Бычков, 2023].

К ложным сведениям могут относиться ложные утверждения об отсутствии у клиники сертификатов, квалифицированных специалистов, нужного оборудования, некачественном оказании ею услуг, наличии юридических проблем, конфликтов с пациентами и пр. Информация размещается в форме новости, статьи, отзыва, комментария и пр.

Если размещенная информация содержит реальные факты, в требовании клинике будет отказано. Но когда речь идет о преднамеренном обмане и неправде, можно и нужно защищать свою деловую репутацию.

Суть публикации заключается в доведении информации до сведения лица, отличного от истца, либо неопределенного круга лица.

Поскольку руководитель (главный врач) действует от имени клиники, его репутация неразрывно связана с таковой у организации, влияет на восприятие ее деятельности. Соответственно, негативное воздействие на репутацию руководителя клиники отражается и на ней, и наоборот.

Пленум ВС РФ разъяснил, при размещении сведений в СМИ, ответчиками являются автор и редакция СМИ, при опубликовании информации анонимно - редакция СМИ [Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 3, [www](http://www.ksrf.ru)].

Информация, размещенная в Интернете, может быть опубликована неустановленным лицом или на определенный по времени срок. Однако, исходя из судебной практики защита деловой репутации допускается и при невозможности определить лицо, распространившее порочащие сведения. Ответчиками по рассматриваемым делам выступают: автор и редакция сайта (если он не зарегистрирован как СМИ - автор соответствующего сообщения), владелец сайта или тот, кто публикует по его поручению информацию на сайте, лицо, разместившее на сайте информацию, если его можно идентифицировать.

Итак, для принятия судом решения об удалении информации клиника должна доказать, что данные сведения недостоверны, носят порочащий характер, в том числе в отношении ее руководителя или персонала, и размещены в Интернете.

К важным обстоятельствам по данным делам относится характер распространенной информации. Нужно оценивать, подтверждает ли высказывание какой-то факт или это оценочное суждение, мнение, либо убеждение автора.

Предварительно оценить порочность сведений можно только субъективно. Учитывая, что определение информации порочащего характера является прерогативой суда, истцы часто предоставляют заключения лингвистической экспертизы, которая помогает усилить позицию.

Однако, несмотря на то что суды нередко опираются в своих решениях на выводы экспертов о наличии у распространенных сведений дискредитирующего характера, заключение лингвистической экспертизы не имеет для суда заранее установленной силы и априори не подтверждает порочность информации.

В случае признания судом сведений, размещенных на сайте, не соответствующих действительности, владелец или администратор сайта обязан удалить данные сведения.

На практике суды часто не устанавливают характер распространенных ответчиком сведений, их содержание, не выясняют, соответствуют ли они действительности, не обосновывают, что информация в статьях отражает личное мнение ответчика. Многие суды не вникают в характер публикаций и отказывают в исках, считая, что распространены не утверждения о фактах, а оценочные суждения. Они могут посчитать мнение личным даже в тех публикациях, где есть утверждение и нет таких маркеров мнений, как «возможно», «вероятно», «я думаю», «мне кажется», «по моему мнению».

Нарушение норм права в этой категории дел для нижестоящих судов достаточно стандартная практика, учитывая, что защита деловой репутации пока еще широко не используется на практике.

Публикация в Интернете дискредитирующих деловую репутацию клиник сведений, обуславливает потребность принятия контрмер. Они выражаются в удалении этой информации из сети и выступают необходимым и эффективным инструментом защиты прав, позволяя заявителям привлекать нарушителей к ответственности и пресекать подобные посягательства на деловую репутацию.

Заключение

Таким образом, деловая репутация клиники представляет собой суждение людей и организаций о ее компетентности, надежности, профессиональности. Деловая репутация клиники имеет определяющее значение для пациентов при выборе исполнителя возмездных медицинских услуг. Поэтому ее дискредитация может повлечь потерю клиентов и существенные убытки. Судебный порядок является действенным инструментом защиты деловой репутации. Также возможно обратиться к администратору сайта с предложением об удалении информации в досудебном порядке. В суде клиника вправе требовать удаления сведений, порочащих ее деловую репутацию, а также их опровержения. Основаниями для удаления информации выступают: дискредитация репутации клиники размещенными сведениями, их несоответствие действительности, их публикация в Интернете. К важным обстоятельствам по данным делам относится характер распространенной информации, поэтому нужно оценивать, подтверждает ли высказывание какой-то факт или это оценочное суждение, мнение, либо убеждение автора, которые не относятся к порочащей информации. Нередко суды не исследуют должным образом содержание публикаций, не выясняют, соответствуют ли они действительности и немотивированно отказывают в исках, ссылаясь на то, что они

представляют собой личное мнение автора, либо являются оценочными суждениями. Позицию клиника в суде может подкрепить заключение лингвистической экспертизы. В случае признания судом опубликованной в Интернете информации не соответствующей действительности, владелец или администратор сайта обязан ее удалить.

Библиография

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, № 32, 05.12.1994, ст.3301.
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц». URL:<https://vsrf.ru/documents/own/8288/?ysclid=lr6l5gmfle372345192>.
3. Аржанникова Н. Негативный отзыв в Интернете как основание для привлечения к ответственности. Что говорят суды? // Жилищное право. 2024. № 8. С. 97 - 106.
4. Бычков А. Протокол осмотра интернет-страниц // Юридический справочник руководителя. 2023. № 3. С. 47 - 54.
5. Кокорин И.С., Катеков А.С., Виноградов О.В. Правовое регулирование деловой репутации // Ленингр. юрид. журнал. 2019. № 2 (56).
6. Толочкова Н.Г. Некоторые вопросы защиты деловой репутации юридического лица в условиях развития цифровых технологий // Хозяйство и право. 2024. № 5. С. 55-65.

Legal Regulation of Removing Inaccurate Information about a Plastic Surgery Clinic from the Internet

Ivan A. Yastremskii

Attorney,
branch of "Pelevin and Partners Law Office",
NNO "Leningrad Regional Bar Association",
191187, 6-a, Gagarinskaya str., Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: ur-fin@mail.ru

Abstract

The article examines the features of legal regulation of state policy in the field of plastic surgery. It is established that the business reputation of a plastic surgery clinic represents the judgment of individuals and organizations about its competence, reliability, and professionalism. It is found that when choosing paid medical services, clients primarily pay attention to the business reputation of the plastic surgery clinic, therefore its discrediting can lead to loss of clients and significant financial losses. It is substantiated that judicial procedure is an effective tool for protecting business reputation; in court, a plastic surgery clinic has the right to demand the removal of information discrediting its business reputation, as well as its refutation. It is noted that it is also possible to contact the site administrator with a proposal to remove information in a pre-trial procedure. It is revealed that the grounds for information removal are: discrediting the reputation of the plastic surgery clinic by the published information, its inaccuracy, and its publication on the Internet. Attention is drawn to the fact that courts often do not properly examine the content of publications, do not ascertain whether they correspond to reality, and unjustifiably dismiss claims, referring to the

fact that they represent the author's personal opinion or are value judgments. It is concluded that if the court recognizes the information published on the Internet as inaccurate, the owner or administrator of the website is obliged to remove it.

For citation

Yastremskii I.A. (2025) Pravovoye regulirovaniye udaleniya ne sootvetstvuyushchey deystvitel'nosti informatsii o klinike plasticheskoy khirurgii iz informatsionno-kommunikatsionnoy seti Internet [Legal Regulation of Removing Inaccurate Information about a Plastic Surgery Clinic from the Internet]. *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava* [Matters of Russian and International Law], 15 (8A), pp. 91-96. DOI: 10.34670/AR.2025.49.99.013

Keywords

Plastic surgery clinic, business reputation, court, protection of business reputation, information, data, refutation, removal, Internet, website.

References

1. The Civil Code of the Russian Federation (Civil Code of the Russian Federation) of November 30, 1994 No. 51-FZ // Collection of Legislation of the Russian Federation, No. 32, 05.12.1994, art.3301.
2. Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation of 02/24/2005 N 3 "On judicial practice in cases of protection of honor and dignity of citizens, as well as business reputation of citizens and legal entities". URL:<https://vsrf.ru/documents/own/8288/?ysclid=lr6l5gmfle372345192>.
3. Arzhannikova N. Negative feedback on the Internet as a basis for prosecution. What do the courts say? // Housing law. 2024. No. 8. pp. 97-106.
4. Bychkov A. Protocol of inspection of Internet pages // Legal guide of the head. 2023. No. 3. pp. 47-54.
5. Kokorin I.S., Kategov A.S., Vinogradov O.V. Legal regulation of business reputation // Leningr. jurid. journal. 2019. № 2 (56).
6. Tolochkova N.G. Some issues of protecting the business reputation of a legal entity in the context of the development of digital technologies // Economy and law. 2024. No. 5. pp. 55-65.