

2013

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК

109544, г. Москва ул. Библиотечная д. 11/5
www.socsexpertiza.ru

**ЛАБОРАТОРИЯ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ
ЭКСПЕРТИЗЫ**

Тел./факс 8 (800) 500-97-96
e-mail: info@socsexpertiza.ru

№ 395-2017 от «13» декабря 2017 г.

Письменные пояснения по делу № А54-4578/2017

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий
лабораторией социологической экспертизы
Федерального социологического центра РАН,
кандидат социологических наук



И. В. Батыков

И. В. Батыков

Москва, 2017

Как следует из определения суда от 21.11.2017 по делу № А54-4578/2017, представители истца (ООО «Северная компания») подали ходатайство о проведении по делу социологической экспертизы. Представитель ответчика (ООО «Своя колокольня») по заявленному ходатайству возражал, аргументируя свою позицию тем, что эксперт-социолог «не сможет признавать сведения не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию истца»¹. Для разъяснения данной позиции следует обратиться к пункту 1, статьи № 152 ГК РФ, где указано, что «гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности»². Таким образом, Гражданский кодекс разделяет соответствие сведений действительности и их порочащий характер. В связи с этим, поясняем, что цель социологической экспертизы не состоит в признании сведений, распространяемых ответчиком, соответствующими или не соответствующими действительности. Это прерогатива судебных органов и данный вопрос не входит в компетенцию эксперта-социолога. Задача эксперта-социолога может лежать в иной плоскости, а именно в определении того, являются ли сведения, распространённые ответчиком, порочащими, и каковы последствия распространения этих сведений для деловой активности лица, к которому они относятся.

В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. N 3 говорится: «Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица»³. Из чего следует, что порочащими являются сведения, которые определенным образом

¹ Определение об отложении судебного разбирательства по делу №А54-4578/2017 от 21.11.2017 в 2

² Пункт 1, статья № 152 ГК РФ

³ Пункт № 7, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. N 3

«О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52017/ (Дата обращения 07.12.2017).



Телефон/факс

www.socexpertiza.ru, e-mail: info@socexpertiza.ru

ЛАБОРАТОРИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ Федерального социологического центра РАН

воспринимаются деловыми партнерами лица, к которому эти сведения относятся. Такого рода восприятие является обычным объектом социологических исследований, вследствие чего они проводились, например, по делам №№ А40/593-06, 09АП-537/2007.

В рамках дела № А54-4578/2017 эксперту-социологу также требуется определить размер вреда, причиненного деловой репутации ООО «Северная Компания» (в случае наличия такого). Методику расчета такого вреда эксперт может представить на утверждение суда или обосновать самостоятельно в рамках проведения экспертизы, если это будет поручено ему судом. В данных письменных пояснениях приводится примерная методика, которая позволяет пояснить общие принципы расчета вреда деловой репутации с использованием социологических исследований.

Расчет вреда, причиненного деловой репутации, основан на сборе данных с использованием общепринятых социологических методик получения информации, зарекомендовавших себя как надежные, объективные и точные. На первом этапе определяется количество тех, кто ознакомился или мог бы ознакомиться с информацией, размещенной на сайте ответчика. Согласно определению СК по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 18 ноября 2016 г. N 307-ЭС16-8923, факт распространения сведений, не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию, в сети Интернет с предоставлением неопределенному и неограниченному числу пользователей свободного доступа к сайту, на котором опубликованы оспариваемые сведения, предполагают под собой, неограниченную степень распространения порочащих истца сведений⁴. Сайт <http://svoyakokololnya.ru/> представляет собой открытый интернет-ресурс, доступ к статьям никак не ограничен, что в свою очередь предполагает, что каждый пользователь интернета может ознакомиться со спорными публикациями. В связи с региональным характером указанного интернет-издания будем исходить из того факта, что каждый житель Рязанской области, имеющий доступ в интернет, мог ознакомиться с публикациями. Из данных, взятых на сайте Федеральной службы государственной статистики, доля пользователей интернета в Рязанской области составляет 65%.

⁴ Определение Верховного Суда РФ от 18.11.2016 N 307-ЭС16-8923 по делу N А56-58502/2015 от 18 ноября 2016 г. N 307-ЭС16-8923. URL: <http://legalacts.ru/sud/opredelenie-verkhovnogo-suda-rf-ot-18112016-n-307-es16-8923-po-delu-n-a56-585022015/> (Дата обращения 07.12.2017)

На 2017 год, численность населения Рязанской области составляла 1130103 человека⁶. Соответственно, размер генеральной совокупности составляет $1130103 \times 0,65 = 734566$ человек. Если указанные цифры можно получить, не применяя социологические методы, то следующий этап напрямую связан с социологической экспертизой. Задача стоит в выяснении доли потребителей, которые откажутся от покупки квартиры у ООО «Северная компания» после ознакомления с материалами, распространяемыми ООО «Своя колокольня». Решить указанную задачу не представляется никакими иными инструментами, кроме проведения социологического опроса. Эта доля будет составлять X. Доля потребителей среди населения Рязанской области также может быть выяснена социологическими методами (дополнительно она может быть верифицирована официальной статистикой). Эта доля может быть обозначена как Y. Обе величины X и Y находятся в диапазоне от 0 до 1. Таким образом, из совокупности 734566 человек, $73456 \cdot X \cdot Y$ могли бы отказаться от покупки квартиры в домах от ООО «Северная компания» после ознакомления с информацией из статей. Конкретную сумму выручки, потенциально недополученную застройщиком можно выяснить через произведение вычисленного описанным способом количества отказавшихся покупателей на среднюю стоимость квартиры в Рязанской области.

Таким образом, определение материального эквивалента ущерба деловой репутации с помощью социологических и статистических методов является вполне возможным, причем все расчеты подчиняются достаточно простой логике и легко проверяются.

Сведения о квалификации эксперта, в том числе о его компетенциях в области социологической экспертизы интеллектуальной собственности и деловой репутации предоставлялись суду ранее.

⁶ URL:

http://ryazan.gks.ru/wps/wcm/connect/frosstal_ts/ryazan/resources/98133f8046fe0278b15bb987789c42fb/Численность+населения.pdf (Дата обращения 07.12.2017)



www.socexpertiza.ru, e-mail: info@socexpertiza.ru

ЛАБОРАТОРИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ Федерального социологического центра РАН