

НЕГАТИВНИТЕ ОТЗИВИ В ИНТЕРНЕТ И ВЛИЯНИЕТО ИМ ВЪРХУ БИЗНЕСА

Таня Ибрямова
Адвокат в Адвокатска колегия – Варна

EFFECTS OF ONLINE COMMENTING ON BUSINESS REPUTATION

Tanya Ibryamova
Lawyer at Bar Association Varna

Резюме: В настоящата публикация се изследват хипотезите, при които потребителски коментари и отзиви, публикувани в Интернет, могат да окажат вредно въздействие върху добрата репутация на търговците. Обсъжда се възможността за обезщетяване на вреди, нанесени от невярна информация или коментари, предназначени да засегнат доброто име на търговеца.

Ключови думи: *свобода на изразяване, онлайн публикации, невярна информация, вреди върху търговска репутация*

Abstract: The present study aims to point out the effect of online publishing on business reputation. Subject of the study are the requirements when posting online; also the legal means to claim damages caused by untrue statements or malicious comments posted by consumers.

Key words: *freedom of expression, online comments, untrue statements, damage on business reputation*

Doi: <https://doi.org/10.36997/LBCS2021.415>

Въведение

Дигиталното присъствие е неотделима част от маркетинг стратегията на всяка съвременна компания. С прогреса в комуникационните технологии се утвърждава необходимостта за потребителите да бъде създадена възможност да осъществят директна връзка със създателите на услуги, да споделят своето мнение и да отправят препоръки за подобряването на предлаганото преживяване.

Употребата на инструменти за споделяне на потребителски отзиви може да бъде както с позитивен, така и с негативен ефект. В настоящото изложение не се обсъжда маркетинг решението относно

целесъобразността на интеграцията на подобен тип инструменти в дигиталните профили на търговците, което е предмет на оценка от страна на всяко бизнес управление. Предмет на анализ е **съществуването или липсата на критерии**, с които потребителите следва да се съобразяват при използването на по презумпция създадената от търговците опция за споделяне на тяхното мнение.

Техническата възможност за онлайн споделянето на коментари, отзиви и оценки с неограничен кръг потребители чрез уебстраниците, поддържани от търговци, създава нов дискурс в отношенията между създатели и ползватели на услуги. Европейският съд по правата на човека в Страсбург (по-нататък в изложението наричан за краткост ЕСПЧ) отбелязва¹ важната роля на Интернет за подобряване на достъпа до информация, за улесняването на разпространението и достигането ѝ до по-широк кръг от обществеността. Същевременно съдът обръща внимание и на повишения риск от накърняване на основните права и свободи с публикации и съдържание, споделени в дигитална среда, в сравнение с публикации в традиционните печатни медии.

Именно широката достъпност на електронните публикации, както и техническата възможност за съхраняване и разпространение на огромни обеми от информация създават потенциална опасност от много по-мощно увреждане на търговската репутация на компаниите. По тази причина потребителите не следва да разполагат с неограничени възможности за изразяване на мнение онлайн, без да се държи сметка за неговото съдържание. При определяне на мярата на справедливото онлайн поведение следва да се приложат ограниченията за упражняване на свободата на изразяване, формулирани в практиката на Европейския съд по правата на човека.

Изложение

1. Баланс между правата и отговорностите на потребителя

Потребителското право има своя генезис в установяването на необходимостта от засилена защита на потребителя на стоки и услуги, предназначени за лично (нетърговско) ползване. Последователното създаване на защитни норми, провеждащи принципа на защита на потребителските права, понастоящем е довело до нарушаване на

¹ OOO REGNUM v. RUSSIA 22649/08 §60; Delfi AS v. Estonia 64569/09, § 132.

баланса между равнопоставените интереси на частноправните субекти. Необходимо е да се насочи законовата регламентация към създаване и на **потребителски отговорности**. Потребителят също дължи известна степен на грижа, установявайки правоотношения с останалите правни субекти, независимо от засилената защита на неговите потребителски права.

Необходимо е да бъде отчетено съществуването на правнозначими блага на търговеца, да се открие тяхното значение и в крайна сметка да им се осигури ефективна правна защита. Едно от тези блага е правото на търговска репутация. Като част от предприятието на търговеца тази репутация също попада в предметния обхват на правото на собственост. Недопустимо е от законова и морална гледна точка тя да бъде накърнявана с неправомерни действия.

Лесната достъпност на методите за изразяване на мнение по отношение на стока, услуга и дори по отношение на личността (респективно персоналният субстрат на юридическите лица) на търговеца предполага статистически определен процент недобросъвестни действия, насочени към бизнес операторите и дори пряко към възпрепятстване на тяхната дейност. Именно срещу тези действия трябва да бъде приложена правна защита, за да съществуват баланс и справедливост в частноправните отношения.

2. Хипотези на превратно упражняване на свободата на изразяване в дигитална среда

Публикуването на негативен отзив в Интернет може да представлява вредно въздействие спрямо правата на търговците, когато съдържа **невярна информация** или когато оповестяването на случая е **целенасочено** предназначено към нанасяне на вреди върху търговската репутация.

2.1. Невярна информация. Практика на ЕСПЧ

2.1.1. Право на свободно изразяване на мнение

Публикуването на потребителско мнение в Интернет – отзив, коментар, оценка, по своята юридическа квалификация представлява упражняване на правото на свободно изразяване на мнение. Това право е едно от фундаменталните човешки права, предмет на изрична регламентация в чл. 10 от Европейската конвенция за правата на човека. За разлика от други права, като например правото на живот, правото на изразяване на мнение не е абсолютно. При въвеждането

му в нормативния текст се посочват критерии за баланс, спрямо които се преценява доколко е оправдано фактичeskото упражняване на това право. При всяко възникване на спор следва да се държи сметка за интересите, които изразеното мнение би могло да засегне.

В практиката на ЕСПЧ се прави разграничение между два основни вида увреждащи твърдения. Първото е посочване на факти „statement of facts”. Винаги, когато се реализира тази хипотеза, лицето, посочващо потенциално вредните за репутацията на друго лице, носи задължението да докаже тяхната истинност.

Именно в контекста на чуждите интереси, които могат да бъдат засегнати от изразяването на мнение, съдът разглежда правото на търговска репутация. В последователната си практика ² ЕСПЧ търси баланса между интереса да съществува публичен дебат по теми от обществено значение, като здравето и опазването на околната среда, от една страна, и от друга страна – интереса да бъдат защитени търговските интереси и жизнеността на предприятията в полза на собствениците на търговски дялове и наетите служители, но също така и за общото икономическо благо.

По този начин се утвърждава значението на интересите на колективните правни субекти като критерий, който има важно модулиращо значение по отношение на упражняването на личностното право на изразяване на мнение. Без да се признава на корпорациите правото да бъдат носители на човешки права, техните интереси именно като проява на съвкупността от интереси на участващите в персоналия им субстрат физически лица обуславят практическата реализация на едно от човешките права. Неприкосновеността на тези интереси е показател при преценката за наличието на злоупотреба с право от страна на субекта, който упражнява своята свобода на изразяване.

Другата проява на свободното изразяване на мнение според ЕСПЧ са оценъчните съждения – value judgements. Те представляват коментари и изводи, които могат да се основават на факти, но могат и да представляват израз на лично мнение, впечатление и оценка. Поради същността си те в значително по-ниска степен подлежат на доказване – отправият оценка дължи доказването на истинността на факти, когато се позовава на такива. Когато мнението е изцяло

² Case 68416/01 *Steel & Morris vs. United Kingdom*, §94; case of *Delfi AS v Estonia*, no. 64569/09 § 131-133 и цитираната там практика.

субективно, увреденият може да защити правата си, като докаже наличието на увреждащо намерение от страна на неговия автор.

2.1.2. Правото на чест и достойнство

Добрата търговска репутация в практиката на ЕСПЧ³ не се включва в правото на личен живот по смисъла на чл. 8 от Европейската конвенция за правата на човека. Въпреки това приложение може да намери и тази разпоредба заедно с практиката по тълкуването и прилагането ѝ, в случай че бъде публикувано мнение или твърдение, което има връзка с физическо лице, участващо в дейността на компанията.

2.1.3. Търговската репутация като обект на правото на собственост

Засягането на доброто име обаче може да има и имуществени измерения, а търговската репутация да се възприеме като обект на правото на собственост. Това е така, тъй като репутацията е част от търговското предприятие, дефинирано от закона като съвкупност от права, задължения и фактически отношения (чл. 15 от Търговския закон).

Мнението на клиентите и бизнес партньорите относно качеството на предлаганите продукти и отговорното търговско поведение на бизнес оператора безспорно оказва пряко влияние върху икономическите показатели на неговата дейност. Ето защо изразяването на мнение може да има преки имуществени последици върху активите на търговците.

2.1.4. Тежест на доказване

В случай че юридическо лице търси обезвреда за намаляване на обема на печалбите му, то следва да докаже конкретния размер на това намаление, причинната връзка с увреждащото действие, включително и вероятността действително да бъдат реализирани пропуснатите печалби. В делото 68416/01 Steel & Morris vs. United Kingdom, §94 ЕСПЧ при преценката на справедливия баланс между интересите на страните постановява, че разликата в икономическите позиции на компаниите и техните потребители по отношение на ресурсите, с които разполагат, за да бъдат ангажирани в процеса на съдебно доказване, не променя доказателствената тежест. По-конкретно, задължението да бъде доказана истинността на фактите, на които се базира

³ OOO REGNUM v. RUSSIA (Application no. 22649/08) 08.09.2020, §66.

оценъчно твърдение или които са оповестени с цел влияние върху нечия търговска репутация, се носи от автора на мнението. Компаниите не могат да бъдат лишени от правото си да се защитят, включително и по съдебен ред, срещу създаването и разпространението на невярна информация, която би могла да им нанесе вреди.

Независимо от това в редица свои решения⁴ Европейският съд обръща внимание на по-високата степен на толерантност, която следва да се оказва спрямо медийни публикации, особено тези, които повдигат въпроси от обществен интерес и поради това са необходими в едно демократично общество. Поради естеството и функциите на медийните дебати при създаване и разпространение на информация относно общественото здраве и други е допустима известна степен на преувеличение на фактите и дори съзнателна провокация, съдържани се в публикациите.

2.1.5. Неимуществени вреди или пропуснати ползи

Относно възможността да бъде присъдено обезщетение за неимуществени вреди на юридически лица разбирането на националната и европейската съдебна практика търпи еволюция. Първоначално възприетата у нас с Постановления на Пленума на Върховния съд №4/1968, №5/69, №2/84 теза, че неимуществените вреди се изразяват във физическа болка и емоционално страдание, поради което по дефиниция могат да бъдат понесени само от физически лица, постепенно се развива и се срещат решения, които признават възможността юридическите лица да търпят морални вреди. Така решение №206 от 26.03.2019 г. по гр. д. №4762/2017 г. на Върховния касационен съд, 3-то гр. отделение („Юридическите лица могат да търпят неимуществени вреди, както и да претендират обезщетение за репарирането им“.)

По отношение на конкретния размер на вредите съдът приема, че когато се търси обезщетение за неимуществени вреди, размерът му се определя по справедливост и не е необходимо увредените търговци да докажат конкретен размер на увреждане.⁵ Приложение може да намерят изводите на Определение №474 от 15.06.2018 г. по гр. д. №4291/2017 г. на Върховния касационен съд, 3-то гр. отделение: „Размерът на дължимото обезщетение за неимуществени вреди спо-

⁴ Case of Delfi AS v Estonia, no. 64569/09 § 132; CASE OF SATAKUNNAN MARKKINAPÖRSSI OY AND SATAMEDIA OY v. FINLAND 931/13 § 124-126.

⁵ Case 68416/01 Steel & Morris vs. United Kingdom §96.

ред законовия критерий за справедливост се определя според вида и тежестта на причинените телесни и психични увреждания и продължителността и интензитета на претърпените физически и душевни болки и други страдания и неудобства. Като база за определяне паричния еквивалент на неимуществените вреди следва да служат още икономическият растеж, стандартът на живот и средностатистическите показатели за доходите в страната към датата на увреждането, както и обстоятелството, че размерът на обезщетението не следва да бъде източник на обогатяване за пострадалия. От значение е и създаденият от съдебната практика ориентир, относим към аналогични случаи.”

Решение в обратния смисъл съществува в Гражданския кодекс на Руската федерация – статия 1100 във връзка със статия 154, която постановява, че за разпространение на невярна информация се носи отговорност независимо от вината на причинителя, но обезщетението на морални вреди не намира приложение по отношение на юридическите лица.

2.2. Злоупотреба с право – оповестяване на единичен случай

Една от областите на компетентност на Европейския съюз е потребителското право. Потребителят традиционно бива охарактеризиран като икономически по-слабата страна в правоотношенията, което обуславя и закрилата на потребителя като лайтмотив в потребителското законодателство. Това е причината и да се търси балансиращ фокус върху задълженията на потребителя, специално задължението да се въздържа от такива отзиви и коментари, които биха нанесли неоправдани по размер вреди на търговеца, чиито стоки и/или услуги са обект на коментар. В дигитална среда тези задължения придобиват съществено значение, тъй като възможностите за бързо и широкообхватно споделяне на информация предпоставят по-голям вредоносен заряд на онлайн споделеното мнение.

Потребителите следва да се въздържат само от такива коментари, които неправомерно биха увредили благата (търговската марка, търговската репутация) на другото. Коментар относно съдържанието на продукт би съставлявал част от изграждането на търговска репутация. Коментар, свързан с конкретно правоотношение между потребителя и търговеца, респективно със спор, възникнал във връзка с това правоотношение, има допълнителни последици освен уреждането на спора. Публичността, която следва от онлайн оповестяването на

единичен случай, може да засегне имуществените и неимуществените блага на търговеца в неоправдано голяма степен в сравнение със засегнатия потребителски интерес. Следователно такъв коментар представлява злоупотреба с право и следва да бъде санкциониран.

Оповестяването на факти и обстоятелства, свързани с поведението на търговеца по сключване, изпълнение и решаване на спора по конкретно правоотношение, цели даване на гласност на случая и привличане на обществена подкрепа. В някои случаи това потребителско поведение може да бъде целенасочено към уронване на престижа и засягане на доверието, което клиентите имат в дейността на търговеца. В тези случаи негативните коментари могат да бъдат охарактеризирани като форма на колективно правосъдие. Като такава, те надхвърлят мярката на позволеното добросъвестно поведение и следва да бъдат санкционирани от закона. Още повече казаното се отнася, в случай че негативният потребителски коментар съдържа невярна информация (разгледано по-горе).

Във всички случаи, когато намира, че е налице нарушение на неговите права и законни интереси, потребителят следва да предприеме уредените в договора или в закона (Закон за защита на потребителите, Закон за задълженията и договорите) действия за постигане на съгласие и правна защита във връзка с отделно правоотношение. Това следва от общия за частното право принцип на добросъвестност⁶.

3. Инструменти за защита на правата на търговците при онлайн злонамерени действия

3.1. Иск за обезщетение на вреди по общия ред

Независимо дали вредите от засягане на търговската репутация чрез негативни онлайн коментари се квалифицират като неимуществени вреди или пропуснати ползи, тяхната обезвреда може да се търси с иск на общо основание – чл. 45 от ЗЗД („Всеки е длъжен да поправи вредите, които виновно е причинил другиму.”).

В Решение №265027 от 26.07.2021 г. по гр. д. № 7327/2019 г. на

⁶ Чл. 58 от Конституцията на Република България: „Гражданите са длъжни да спазват и изпълняват Конституцията и законите. Те са длъжни да защитат правата и законните интереси на другите; чл. 63 от Закона за задълженията и договорите: „Всяка от страните по договора трябва да изпълнява задълженията си по него точно и добросъвестно, съобразно изискванията на закона и да не пречи на другата страна да изпълнява и тя своите задължения по същия начин“.

ГО 1-1 състав на Софийски градски съд по повод на коментари за сградата „Златен век”, публикувани в електронни медии, се анализират границите при упражняването на свободата на изразяване на мнение в контекста на практиката на Конституционния съд и ЕСПЧ. След като признава принципната възможност на юридическите лица да се присъжда обезщетение за неимуществени вреди, съдът подробно изследва границите при упражняването свободата на словото, позовавайки се на съдебна практика на Конституционния съд, ВКС и ЕСПЧ. СГС посочва, че „при твърдения от претендиращия обезщетение от кои конкретно изрази и действия е засегнат, следва да се прецени кои от тях представляват твърдения за факти и кои – оценка на факти. На проверка за истинност подлежат фактическите твърдения и те могат да ангажират отговорност само ако са неверни и позорят адресата (клевета), защото накърняват конституционно признатите му права. Оценките и мненията не представляват конкретни факти от обективната действителност и могат да ангажират отговорност само ако са направени в превратно упражняване правото по чл.39, ал.1 от КРБ и представляват обида”.

„Съобразно даденото в посоченото решение на Конституционния съд на Република България (РКС №7/1996, б.а.) тълкуване на чл.39-чл.41 от Конституцията са постановени множество съдебни решения на ВКС по различни казуси за вреди от изнесена информация в упражняване правото на свобода на словото, границите, до които това право се простира и съответно кога тези граници са нарушени чрез засягането на чужди права.

В своята практика ВКС е подчертавал, че признатото и гарантирано в чл.39, ал.1 КРБ право на мнение се упражнява надлежно и не е налице елемент на противоправност при изказани мнения с негативна оценка, пряко или косвено засягаща конкретно лице, когато името му се коментира или се предполага връзка с оглед неговия пост, дейност или занятие по поставения обществен въпрос, освен ако не се касае за превратно упражняване на право, а свободата на мнение бива използвана, за да се вреди на доброто име (Решение № 484/09.06.2010г. по гр.д.№1438/2009г. на ВКС, III г.о.). В него е прието, че сами по себе си избрани фрази от изявление не обективират основание да се търси отговорност за деликт, след като представляват оценка и мнение по случай, поставен на обществено обсъждане.

3.2. Въвеждане на състави на административни нарушения в Закона за защита на потребителите

Уместно би било в текстовете на Закона за защита на потребителите да бъдат създадени разпоредби, предвиждащи задължение за потребителите да се въздържат от действия, които неоснователно биха засегнали интересите на търговците. Съответно превратното упражняване на правото на потребителите да получат и разпространяват информация за стоките и услугите да води до възникването на административна отговорност.

3.3. Приложение на Наказателния кодекс от 01.05.1968 г. спрямо разпространението на невярна информация онлайн

Наказателни състави във връзка с неправомерното разпространение на информация съществуват в действащия Наказателен кодекс, в чл. 162 – „Който чрез слово, печат или други средства за масова информация, чрез електронни информационни системи или по друг начин проповядва или подбужда към дискриминация, насилие или омраза, основани на раса, народност или етническа принадлежност, се наказва с лишаване от свобода от една до четири години и с глоба от пет хиляди до десет хиляди лева, както и с обществено порицание”, чл. 164 – „Който проповядва или подбужда към дискриминация, насилие или омраза на религиозна основа чрез слово, печат или други средства за масова информация, чрез електронни информационни системи или по друг начин, се наказва (...)”. Посочените разпоредби защитават равенството на гражданите и не могат да се приложат в случаите на умишлено нанасяне на вреди върху чужда търговска репутация.

Приложение може да намери разпоредбата на чл. 225, ал. 4 от Наказателния кодекс – „Който съзнателно състави неверни сведения или представи неверни данни за определяне цена на стока или услуга и от това са последвали или са могли да последват щети за държавно учреждение или предприятие, за обществена организация или за граждани, се наказва с лишаване от свобода до една година или с пробация”. Следва да се докаже наличието на всички елементи от наказателния състав – представяне на неверни данни от извършителя, предназначението на тези данни за определяне на цената на стока или услуга, настъпването или възможността да настъпят щети за предприятие или граждани.

Умишленото уреждане на чуждата собственост е защитено със

състава на престъплението по чл. 216 от Наказателния кодекс – „Чл. 216. (1) *Който унищожи или повреди противозаконно чужда движима или недвижима вещ, се наказва с лишаване от свобода до пет години*”. Поради приложената юридическа техника обаче не може да се обоснове приложението на тази разпоредба по отношение на търговската репутация като имуществено благо. За да бъде включено търговското предприятие в предметния обхват на наказателния състав, е необходимо да бъде въведено изменение в обекта на престъплението – вместо „движима или недвижима вещ” следва да бъде посочено „имущество”. Така в обхвата на този юридически термин ще бъдат включени и неимуществените права като част от имуществената съвкупност, каквато е търговското предприятие.

Разбира се, въздействието върху обществените отношения със средствата на наказателната принуда е обосновано само когато е налице обществена опасност от определен тип деяние.

Заклучение

Съществена част от новите предизвикателства към бизнесите в дигитална среда могат успешно да бъдат регулирани по пътя на правоприлагането и тълкувателната дейност. Сравнителноправният анализ показва, че умишленото накърняване на търговската репутация в дигитална среда е универсален проблем. Поради нарастващото си значение негативните коментари в Интернет, насочени спрямо доброто име на бизнес субектите, се нуждаят от правна регламентация. Правната санкция за злоумишлени действия в дигитална среда ще гарантира защитата на правото на собственост върху търговска марка и репутация като част от търговско предприятие.

В хода на настоящото изложение се открие нарастващата необходимост от съобразяване на участниците в дигиталните търговски отношения с новия контекст на общуване. Част от предизвикателствата пред законотвореца в България, които произтичат от дигитализацията на бизнеса, са свързани със създаване на регулаторен баланс между интересите за споделена информация относно качеството на една услуга и защита на търговската репутация на бизнес операторите от злоумишлени и недостоверни внушения. Целевите резултати от развитието на правото в посока създаване на потребителски отговорности при онлайн публикуването на коментари биха били повишаване

стойността на базираните в страната предприятия с дигитална сфера на дейност чрез създаване на комфортна бизнес среда в публичните електронни комуникации.

За контакти: Таня Ибрямова
Ibryamova_tanya@hotmail.com