

ЧЕК-ЛИСТ

ЗАЩИТА РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ

от хейта, судов и репутационных кризисов

Законодательство РК · 2026 | Для участников вебинара ZAN PROTECT |

Этот чек-лист охватывает **три уровня защиты**: юридический, PR/коммуникационный и операционный. Используйте его как рабочий инструмент — **до кризиса** для профилактики и **во время кризиса** как пошаговый протокол. Нормы актуальны на 2026 год.

КЛЮЧЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЗАЩИТЫ — ШПАРГАЛКА

- Гражданский кодекс — защита деловой репутации юрлица и возмещение ущерба
- Уголовный кодекс — ответственность за распространение заведомо ложной информации
- Уголовный кодекс — ответственность за клевету (штраф или лишение свободы)
- Кодекс об административных правонарушениях — административная ответственность за клевету
- Закон о СМИ — право организации потребовать опровержения в средствах массовой информации
- Закон «О языках» — обязанность обслуживать клиентов на государственном языке
- Закон о персональных данных — ответственность за незаконный оборот данных о гражданах

01 ПРОФИЛАКТИКА — ДО КРИЗИСА

А. Юридическая защита

- ☐ **Зарегистрировать товарный знак в Казпатент**
защита товарного знака
Без регистрации невозможно защититься от незаконного использования бренда конкурентами
- ☐ **Заключить NDA со всеми сотрудниками и подрядчиками**
защита коммерческой тайны
Включить запрет на разглашение сведений о компании, клиентах и коммерческих условиях
- ☐ **Прописать политику конфиденциальности и согласие на обработку персональных данных**
защита персональных данных
Разместить на сайте. Получить согласие пользователей до сбора любых данных о них

- ☐ **Включить в трудовые договоры раздел об использовании социальных сетей**
трудовые отношения

Запрет на публичные высказывания от имени компании без согласования с руководством

- ☐ **Прописать в договорах с партнёрами репутационную оговорку**
договорная защита

Право расторгнуть договор при дискредитирующих публичных действиях партнёра

- ☐ **Провести инвентаризацию цифровых активов компании**

Домены, аккаунты в соцсетях, Google профиль — зафиксировать и подтвердить владение

- ☐ **Разработать регламент работы с жалобами и отзывами клиентов**
защита прав потребителей

Сроки ответа, ответственные лица, матрица эскалации до юриста или руководства

Б. PR и коммуникации

- ☐ **Назначить официального спикера компании**

Только один человек говорит публично от имени бренда — исключить противоречивые сообщения

- ☐ **Создать кризисный комитет: юрист + PR-менеджер + руководство**

Роли распределить заранее: кто мониторит соцсети, кто пишет тексты, кто согласовывает

- ☐ **Разработать шаблоны антикризисных заявлений для 5 типовых сценариев**

Языковой конфликт, жалоба на сервис, утечка данных, ложные обвинения, конфликт с сотрудником

- ☐ **Обеспечить двуязычное обслуживание: казахский + русский**
обязательное требование закона

Весь публичный контент, поддержка клиентов и колл-центр — на двух языках

- ☐ **Настроить Google Alerts на название бренда и имена ключевых сотрудников**

Мгновенное уведомление при любом упоминании компании в открытой сети

- ☐ **Вести регулярный мониторинг: 2GIS, Google Maps, Kaspi.kz, Telegram, Instagram**

Периодичность: ежедневно или 3 раза в неделю. Назначить ответственного

- ☐ Провести обучение персонала по языковому законодательству и правам потребителей
обязательное требование закона

Инструктаж: что нельзя говорить клиенту, как принимать жалобы, как реагировать на агрессию

В. Операционные меры

- ☐ Провести ежеквартальный репутационный аудит
Анализ упоминаний, тональности отзывов и рейтингов на всех платформах присутствия
- ☐ Верифицировать официальные аккаунты компании на всех ключевых платформах
2GIS, Google Business, Kaspi, Instagram – верифицированный аккаунт проще защитить
- ☐ Разработать политику ответов на негативные отзывы
Структура: сочувствие → признание → конкретное решение → контакт для обратной связи

02 ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА — ПЕРВЫЕ 72 ЧАСА

ПЕРВЫЕ 2 ЧАСА — Немедленная реакция

- ☐ **Созвать кризисный комитет: юрист + PR + CEO**
Оценить масштаб угрозы и немедленно определить стратегию — атаковать или гасить
- ☐ **Сделать скриншоты ВСЕГО негативного контента немедленно**
обязательно для суда
Фиксировать: дата, время, URL, количество лайков и репостов. Контент могут удалить в любой момент
- ☐ **Нотариально заверить ключевые скриншоты в течение 24 часов**
обязательно для суда
Нотариус фиксирует интернет-страницу как документ — это допустимое судебное доказательство
- ☐ **Опубликовать первое заявление — честное, спокойное, на двух языках**
языковое законодательство
Не оправдываться, не атаковать. Признать факт проблемы и объявить о расследовании
- ☐ **Назначить единственного спикера — все вопросы СМИ и блогеров только через него**
Любые комментарии сотрудников в личных аккаунтах — только после согласования
- ☐ **Заблокировать отправку внутренних документов за пределы компании**
Превентивная мера: утечка документов во время кризиса многократно усиливает ущерб

2–24 ЧАСА — Развёрнутая реакция

- ☐ **Провести внутреннее расследование инцидента**
Выяснить факты, взять письменные объяснения с причастных сотрудников, зафиксировать хронологию
- ☐ **Опубликовать развёрнутое заявление с конкретным планом действий**
«Мы понимаем озабоченность и предпринимаем следующие шаги...» — с конкретикой и сроками
- ☐ **Лично отвечать на комментарии в тех же каналах, где начался скандал**
Структура ответа: сочувствие + признание + реальное решение + контакт для связи

- ☐ **Обратиться к администрации платформ по фейковым отзывам (2GIS, Google, Instagram)**
Запросить удаление очевидно сфабрикованных отзывов. Приложить доказательства флешмоба
- ☐ **Юристу: оценить наличие состава клеветы или распространения ложной информации**
гражданская и уголовная ответственность
Проверить умысел, систематичность, ложность — основание для иска или уголовного заявления
- ☐ **Проверить: нарушает ли контент законодательство об информации или авторские права**
Наличие нарушения — самостоятельное основание для удаления без обращения в суд

24–72 ЧАСА — Юридические меры

- ☐ **Направить официальное уведомление платформе с требованием удаления контента**
Письмо юриста: указать нарушение, приложить доказательства, установить срок исполнения
- ☐ **При отказе платформы — обратиться в Министерство цифрового развития (МЦРИАП)**
Государственный орган вправе обязать платформу удалить противоправный контент
- ☐ **Направить досудебную претензию автору публикации**
обязательный досудебный порядок
Указать конкретные ложные утверждения, причинённый ущерб, требование опровержения и срок 10 дней
- ☐ **При систематической атаке — подать заявление в полицию**
уголовная ответственность
Факт возбуждения уголовного дела сам по себе оказывает сильный сдерживающий эффект
- ☐ **Привлечь кризисного PR-консультанта при выходе скандала на федеральный уровень**
Особенно при попадании в крупные telegram-каналы или национальные СМИ

03 СУДЕБНАЯ ЗАЩИТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ**Подготовка к иску — обязательный чек**

- ☐ **Собрать полный пакет доказательств до подачи иска**
до подачи в суд
Нотариально заверенные скриншоты + экспертиза о характере сведений + расчёт финансового ущерба
- ☐ **Заказать лингвистическую экспертизу распространённых сведений**
Эксперт подтверждает: сведения носят порочащий характер и не соответствуют действительности
- ☐ **Заказать экономическую экспертизу для расчёта репутационного ущерба**
Отток клиентов, расторжение контрактов, падение выручки — с цифрами и сравнительным анализом
- ☐ **Идентифицировать ответчика — получить данные автора публикации**
Анонимы: запрос данных через суд к платформе или к провайдеру; запрос IP через МЦРИАП
- ☐ **Подать иск о защите деловой репутации**
гражданско-правовая защита
Требования: признать сведения ложными, обязать опубликовать опровержение, взыскать убытки
- ☐ **Ходатайствовать об обеспечительных мерах — блокировка контента на время суда**
Суд вправе обязать платформу удалить или скрыть спорный контент до вынесения решения
- ☐ **При клевете — одновременно подать уголовное заявление**
уголовная ответственность
Параллельное уголовное дело усиливает позицию истца и давит на ответчика
- ☐ **Соблюсти срок — 3 года с момента обнаружения нарушения**
срок исковой давности
Срок исковой давности отсчитывается с даты публикации или с момента, когда узнали о нарушении
- ☐ **При мировом соглашении — включить обязательство об удалении контента**
Денежная компенсация без удаления информации не решает репутационную проблему

04 РАБОТА С ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМАМИ

Notice-and-Takedown: пошаговый алгоритм

- ☐ **Собрать доказательства нарушения перед любым обращением к платформе**
Нотариально заверенные скриншоты + объяснение конкретного нарушения правил платформы
- ☐ **2GIS: подать жалобу через кнопку «Пожаловаться» + официальное письмо в поддержку**
Указать: организованный флешмоб, отзывы от лиц, не являющихся клиентами компании
- ☐ **Google Business: оспорить отзывы через «Flag as inappropriate» + обращение в поддержку**
При массовых фейках – запрос временного отключения возможности оставлять новые отзывы
- ☐ **Instagram / Facebook: жалоба через Help Center — раздел «Harassment and Bullying»**
Для юрилиц: обращение через Meta Business Help с подтверждением права на бренд
- ☐ **Telegram: обращение с указанием конкретных нарушающих сообщений или постов**
Анонимные каналы: идентификация через суд или запрос в Министерство цифрового развития
- ☐ **При игнорировании платформой — направить официальное юридическое письмо**
Ссылка на казахстанское законодательство об информатизации + уведомление о готовности к иску
- ☐ **Попросить платформу временно скрыть страницу компании при пиковой атаке**
Это предотвращает превращение страницы в «стену ненависти» в разгар информационной атаки

05 ПОСЛЕ КРИЗИСА — ВОССТАНОВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИИ

Юридическое закрытие

- ☐ **Убедиться, что опровержение опубликовано в тех же каналах, где была ложная информация**
 обязательное условие
 Опровержение должно быть сопоставимым по охвату аудитории с исходной публикацией
- ☐ **Проверить исполнение решения суда или условий мирового соглашения**
 Если контент не удалён в срок – инициировать исполнительное производство
- ☐ **Обновить внутренние договоры и регламенты по итогам кризиса**
 Определить уязвимость, которая была использована, и закрыть её правовым инструментом
- ☐ **Составить внутренний отчёт: причины кризиса, действия, извлечённые уроки**
 Документ для руководства. Служит основой для обновления кризисного протокола компании

PR-восстановление

- ☐ **Запустить положительный контент-план на 2–3 месяца**
 Кейсы успеха, благодарственные отзывы клиентов, экспертные публикации руководства
- ☐ **Активно запросить новые отзывы у реальных довольных клиентов**
 Личные просьбы эффективнее автоматических рассылок. Цель – перевесить негативный фон
- ☐ **Провести публичное мероприятие, демонстрирующее устранение проблемы**
 Показать в контенте - решение вопроса
- ☐ **Опубликовать итоговое заявление с перечнем конкретно принятых мер**
 «Мы сделали следующее...» – показать реальные изменения, а не только принести извинения
- ☐ **Вести мониторинг тональности упоминаний ещё 3 месяца после завершения кризиса**
 Кризис может вспыхнуть повторно. Раннее предупреждение дешевле повторного антикризиса

⚡ ЭКСПРЕСС-ПАМЯТКА: ЧТО ДЕЛАТЬ В ПЕРВЫЙ ЧАС КРИЗИСА**1. СТОП**

Ничего не публиковать
без согласования
юриста и PR

2. СКРИН

Скриншот всего.
Нотариус — в течение
суток

3. ШТАБ

Собрать: CEO + юрист
+ PR. Оценить масштаб
угрозы

4. СЛОВО

Первое заявление:
двуязычно,
нейтрально, без
оправданий

Остались вопросы?
zanprotect.kz

+7 778 290 91 88
+7 706 618 31 01

ТОО «ZAN PROTECT»

Алматы / Шымкент · Казахстан
zanprotect.kz