ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА
на базе РАНХиГС при Президенте РФ
(созданного приказом ректора РАНХиГС от 30 апреля 2025 года
№ 01-06152)

по защите диссертации Коротковой Екатерины Александровны на тему «Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в Российской Федерации», представленной к защите на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки.

Диссертация «Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в Российской Федерации», представленная на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки, выполнена Коротковой Екатериной Александровной на кафедре правового обеспечения рыночной экономики Высшей школы правоведения Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Диссертация принята к защите на основании приказа ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 30 апреля 2025 года № 01-06152.

Соискатель Короткова Екатерина Александровна, 1986 года рождения:

– в 2008 г. с отличием окончила Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского» с присвоением степени специалиста по направлению Юриспруденция (диплом ВСА 0639296, рег. № 18/03-229, выдан 04.07.2008);

–успешно сдала кандидатские экзамены по направлению подготовки 12.00.03 Юриспруденция, специальность: Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право (удостоверение № 257 от 06.06.2013).

В период подготовки диссертации осуществляла трудовую деятельность в должности советника генерального директора в акционерном обществе «Военторг», так же была прикреплена в качестве соискателя в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (приказ о прикреплении для подготовки диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук № 01-1596 от 02.02.2024).

Научный руководитель – Левушкин Анатолий Николаевич, доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры правового регулирования бизнеса и гражданского судопроизводства Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия».

Официальные оппоненты:

– Карцхия Александр Амиранович, доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина»;

– Мохов Александр Анатольевич, доктор юридических наук, профессор, главный научный сотрудник Центра научных исследований ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России)».

Положительные отзывы на диссертацию также дали:

– Председатель диссертационного совета – Зайцев Владимир Васильевич, доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой правового обеспечения рыночной экономики Высшей школы правоведения Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

– Члены диссертационного совета:

Ананьева Анна Анатольевна, доктор юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского права ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»;

– Липчанская Мария Александровна, доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры государственно-правовых дисциплин Высшей школы правоведения Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

– Савина Виктория Сергеевна, доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;

– Черникова Елена Вадимовна, доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой правового регулирования экономики и финансов факультета государственного и муниципального управления Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Положительные внешние отзывы на диссертацию также дали:

– **Сазанкова Оксана Валерьевна**, кандидат юридических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой гражданского права ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия им. В.М. Лебедева».

– **Шаронов Сергей Александрович**, доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры гражданского и трудового права, гражданского процесса Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя, почетного работника сферы образования Российской Федерации.

Соискатель имеет по теме диссертации 16 печатных работ, общим объемом 8,5 п.л., опубликованных лично автором, включая:

Статьи в изданиях, включенных в Перечень изданий, рекомендованных ВАК России для опубликования основных научных результатов диссертации на соискание ученой степени кандидата (доктора) наук; Статьи в изданиях, рекомендованных ученым советом РАНХиГС (2,65 п.л.)

1. Короткова, Е. А. Контроль и юридическая ответственность в сфере рекламной деятельности / Е. А. Короткова // Евразийская адвокатура. — 2021. — № 4 (53). — С. 91–100. — 0,6 п. л.
2. Короткова, Е. А. Правовой статус инфлюенсеров как субъектов экономической деятельности в России и за рубежом / Е. А. Короткова // Право и экономика. — 2021. — № 12 (406). — С. 11–16. — 0,4 п. л.
3. Короткова, Е. А. Реклама в социальных сетях: современное правовое состояние и государственное регулирование / Е. А. Короткова // Право и экономика. — 2023. — № 8 (426). — С. 78–82. — 0,4 п. л.
4. Короткова, Е. А. Тенденции развития и перспективы нормативного правового и договорного регулирования рекламы в сети «Интернет» // Евразийская адвокатура. — 2024. — № 6. — С. 159–164. — 0,75 п. л.
5. Короткова, Е. А. Правовая природа отношений рекламного характера в сети интернет в рамках нормативного правового и договорного регулирования / Е. А. Короткова // Право и государство: теория и практика. — 2025. — № 1. — С. 341–344. — 0,5 п. л.

Иные работы Автора (5,85 п.л.)

1. Короткова, Е. А. Юридические аспекты ненадлежащей рекламы в условиях трансформации отрасли / Е. А. Короткова // Развитие юридической науки в новых условиях: единство теории и практики : сб. докладов по материалам Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Ростов-на-Дону, 12 ноября 2021 г. — Ростов н/Д ; Таганрог : Южный федеральный ун-т, 2021. — С. 201–204. — 0,4 п. л.
2. Короткова, Е. А. Правовое регулирование рекламной деятельности и саморегулирование в Российской Федерации / Е. А. Короткова // Право и бизнес: обеспечение баланса правовых интересов предпринимателей, потребителей и государства : сб. материалов X Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 3 июня 2021 г. — М. : РГУП, 2022. — С. 474–480. — 0,6 п. л.
3. Короткова, Е. А. Ненадлежащая реклама как правовая категория / Е. А. Короткова // Актуальные проблемы частного права в условиях

модернизации российского общества : материалы науч.-практ. конф., Тула, 16 ноября 2021 г. — Тула : Тул. гос. ун-т, 2022. — С. 152–156. — 0,4 п. л.

4. Короткова, Е. А. Реализация этического аспекта рекламы при организации семейного бизнеса и деятельности семейных предприятий / Е. А. Короткова // Семейный бизнес & качество правовой среды. — М. : Проспект, 2022. — С. 404–419. — 0,7 п. л.

5. Короткова, Е. А. Особенности юридической ответственности в рекламной деятельности // Актуальные проблемы эффективности частного права: монография / К. А. Абдуллаев, Э. Б. Абдуряхимова, С. В. Алборов [и др.] ; отв. ред. А. Н. Левушкин, Э. Х. Надысева. — М. : Юстицинформ, 2022. — С. 71–77. — 0,7 п. л.

6. Короткова, Е. А. Интернет-реклама в условиях современной цифровизации правового пространства // Проблемы реализации прав человека и гражданина в условиях современных социальных трансформаций : сб. материалов Междунар. науч. конф. памяти профессора Ф. М. Рудинского, 20 апреля 2023 г. / под общ. ред. Д. А. Пашенцева, О. П. Сауляка. — Саратов : Саратовский источник, 2023. — С. 205–209. — 0,4 п. л.

7. Короткова, Е. А. Трансформация семейного предприятия в условиях цифровой миграции аудитории социальных сетей // Семейный бизнес & LegalTech: научные решения для профессиональной предпринимательской деятельности : монография / отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. — М. : Проспект, 2023. — С. 460–471. — 0,7 п. л.

8. Короткова, Е. А. Особенности правового регулирования рекламы в социальных сетях в условиях цифровизации // Конвергенция частноправового регулирования общественных отношений сквозь призму эффективности права : монография / отв. ред. А. Н. Левушкин, Э. Х. Надысева. — М. : Юстицинформ, 2023. — С. 310–316. — 0,6 п. л.

9. Короткова, Е. А. Легализация семейного предпринимательства и правоотношения в сфере рекламы в социальных сетях в условиях цифровизации // Перспективы легализации семейного предпринимательства : монография / отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. — М. : Проспект, 2023. — С. 113–118. — 0,6 п. л.

10. Короткова, Е. А. Конвергенция договорного регулирования рекламной деятельности в сети Интернет: инновационный подход // Современные проблемы частноправового регулирования: традиции и инновации при конвергенции норм права : монография / Д. Н. Авласко, Н. В. Бандурина, Т. В. Белова [и др.] ; отв. ред. А. Н. Левушкин. — М. : Юстицинформ, 2024. — С. 80–99. — 0,6 п. л.

11. Короткова, Е. А. Семейное предпринимательство в условиях цифровизации многополярного мира // Семейное и женское предпринимательство в парадигме частноправового регулирования : монография / отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. — М. : Проспект, 2024. — С. 328–335. — 0,6 п. л.

Диссертационный совет отмечает, что полученные Е.А. Коротковой результаты исследований отличаются научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Соискателем сформулированы положения, выносимые на защиту, предлагающие новые научные и практические подходы к решению задач диссертационного исследования в соответствии с поставленной целью. Соискателем проанализированы те особенности нормативного правового и договорного регулирования рекламы в сети Интернет, которые ранее оставались без надлежащего внимания со стороны юридической доктрины.

В рамках диссертационного исследования предложено определение рекламы, раскрыта цифровая составляющая понятия. Основываясь на отечественном и зарубежном опыте регулирования рекламы в сети Интернет раскрыто соотношение государственного регулирования и саморегулирования российского рекламного рынка, детально исследован институт саморегулирования, на основе анализа предложено введение обязательного наличия членства в саморегулируемой организации в сфере рекламы для ведения профессиональной деятельности, а также дополнение видов ответственности участников саморегулируемой организации новым видом - «имиджевой ответственностью» перед потребителями и профессиональным сообществом.

Дана характеристика новому для современной экономической деятельности феномену – деятельности инфлюенсеров, обоснована необходимость ее нормативного правового и договорного регулирования.

Обстоятельный анализ договорного регулирования рекламной деятельности в интернет-пространстве позволил раскрыть содержание правовой природы рекламных договоров и сформулировать классификацию таких договоров с учетом особенностей регулируемых отношений.

Основные положения, выносимые на защиту и имеющие научную новизну, с точки зрения диссертационного совета:

1. Доказано, что частноправовой характер рекламных правоотношений в сети Интернет имеет зависимость от публично-правового регулирования со стороны государства, что предопределяет установление специального правового режима рекламы в интернет-пространстве.

Предложено авторское определение рекламы, в котором содержится указание на возможные способы и формы распространения соответствующей информации, в том числе с использованием интернет-пространства: «реклама — это особый вид неперсонифицированной информации, направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и формирования у потенциального потребителя положительных представлений об объекте рекламирования в целях его реализации и продвижения на рынке, распространяемая любыми способами и в любых формах, в том числе с использованием сети Интернет при соблюдении законодательства Российской Федерации». Для придания определенности анализируемым отношениям

видится оправданным включение данной правовой дефиниции в Закон о рекламе.

Установлена дополнительная сущностная особенность рекламной деятельности — ее творческая составляющая, которая присутствует как в процессе создания рекламы, так и в процессе распространения в сети Интернет, что следует рассматривать в качестве существенного условия при договорном регулировании отношений в сфере интернет-рекламы.

2. Для российского рекламного рынка определена система правового регулирования отношений интернет-рекламы: государственное нормативное регулирование и договорное регулирование, которые органично дополняют друг друга в рамках единого процесса правового регулирования. В силу действия принципа свободы гражданско-правового договора, доказано, что договорное регулирование рекламной деятельности в сети Интернет реализуется параллельно, наряду с нормативным правовым регулированием. Договорное регулирование организуется на основе соблюдения принципа законности, дополняя нормативное регулирование, ввиду отсутствия четких законодательных правил в отношении установления правовых связей между субъектами правоотношений интернет-рекламы.

Доказано, что в системе правового регулирования оказания рекламных услуг в сети Интернет необходимо выделять саморегулирование. Эффективное саморегулирование рекламы служит для потребителей дополнительной гарантией достоверности и добросовестности рекламной информации, что поддерживает доверие к рекламодателю.

Синергетическое единство частноправового и публично-правового регулирования, государственного регулирования и саморегулирования направлено на установление эффективной многоуровневой модели регламентации отношений в сфере интернет-рекламы.

3. Доказано, что императивный подход, основанный на государственном регулировании в сфере рекламных отношений в интернет-пространстве, создает препятствия в реализации принципа свободы договора. Подтверждена необходимость обеспечения в России баланса правового и договорного регулирования рекламной деятельности в сети Интернет на основе конвергенции норм публичного и частного права.

Достижение баланса правового регулирования на основе норм частного и публичного права, нормативного правового и договорного регулирования и распределения полномочий между органами саморегулирования и государством является гарантией защиты прав субъектов правоотношений интернет-рекламы.

Обосновано, что в зарубежных государствах преобладает саморегулирование, в Российской Федерации, — государственное регулирование. Именно императивное государственное регулирование рекламных отношений в сфере интернет-пространства призвано предотвратить различные варианты деструктивного поведения субъектов.

4. Договорная конструкция определена как необходимый правовой регулятор рекламных отношений, наряду с нормативным правовым регулированием. Индивидуальный механизм регулирования рекламной деятельности в сети интернет включает комплекс элементов и условий, относящихся к мерам договорного регулирования и саморегулирования, направленных на установление содержания конкретных отношений, складывающихся в рамках рекламных обязательств в интернет-пространстве.

Рекламная деятельность является предпринимательской, следовательно, договоры, регулирующие рекламные отношения в интернет-пространстве, относятся к типу предпринимательских непоименованных договорных обязательств.

5. Сделан вывод, что базовым критерием построения самостоятельной договорной системы регулирования интернет-рекламы является направленность договора. Система договоров в рекламной сфере интернет-пространства обладает самостоятельной целевой направленностью, которая позволяет не только выделить рассматриваемый договор из общей договорной системы, но также выстроить целостную договорную структуру в системе обязательств, регулирующих рекламную деятельность.

6. Основываясь на направленности договоров в рекламной сфере, предложена их классификация на следующие группы: договор создания рекламы, договор распространения рекламы и комплексный рекламный договор.

Каждая из перечисленных групп имеет отдельные виды в зависимости от особенностей регулируемых отношений. Критерием деления договора создания рекламы на виды является форма носителя рекламного материала. Выделяют: договоры на создание наружной рекламы, договоры на создание рекламы на внутренних рекламных носителях, договоры на создание полиграфической рекламы.

Для договора распространения рекламы в сети Интернет критерием разделения договора на виды выступает способ распространения рекламы. Можно выделить: договор на распространение контекстной рекламы, договор на распространение баннерной рекламы, договор на распространение медийной рекламы, договор на распространение рекламы в социальных сетях и другие.

Доказано, что комплексный рекламный договор в сети Интернет имеет сложное содержание, включающее элементы различных договорных конструкций, так как направлен на одновременное регулирование системы частноправовых отношений. Комплексные предпринимательские рекламные обязательства включают процесс разработки и распространения рекламы, а также сопутствующие обязательства, что предопределяет смешанный тип предпринимательских договоров.

Комплексный рекламный договор предполагает оказание различного вида рекламных услуг. Необходимо выделить: комплексный рекламный

договор на создание и распространение рекламы; комплексный рекламный договор на продвижение рекламы.

Деление договоров, регулирующих рекламную деятельность, на указанные группы предложено автором с целью раскрытия содержания конструктивных элементов в каждой из приведенных групп, соответственно, правильному применению и толкованию, а также построения общей классификации рассматриваемых договоров для придания определенности и систематизации.

7. Выявлена природа договорного регулирования рекламных отношений с применением цифровых технологий. Сделан обоснованный вывод, что применение цифровых технологий требует закрепления отдельных законодательных положений, посвященных особенностям регулирования рекламных обязательств, применяющих цифровую форму хранения и воспроизведения рекламы.

Аргументировано, что цифровой формат применим как на этапе создания рекламы, так и на этапе ее распространения. Обосновано, что с целью недопущения расходов сторон в связи с невозможностью воспроизведения рекламы, сохраненной в оцифрованном формате, на этапе разработки рекламного материала требуется согласование сторонами требований к формату носителя рекламы.

Доказано, что существенным условием договора создания рекламы с применением цифровых технологий выступает программное обеспечение, согласованное сторонами и применяемое для создания и воспроизведения цифровой рекламной информации. На рекламодателя возлагается дополнительная обязанность — необходимо осуществлять контроль качества цифрового носителя рекламной информации. Стороны договора создания и распространения рекламы в сети Интернет обязаны самостоятельно распределять риски, возникающие в рекламной деятельности, а также определять момент перехода рисков от одного субъекта к другому.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что оно представляет собой комплексное цивилистическое исследование регулирования рекламы в сети Интернет в Российской Федерации, позволившее сформулировать выводы и предложения, которые могут быть использованы при дальнейшем изучении правовой природы рекламных правоотношений, дальнейшем совершенствовании действующего законодательства и практики его применения, а также при актуализации учебных программ по курсу гражданского права и специализированных учебных курсов.

Апробация результатов диссертационного исследования.

Основные идеи и теоретические положения исследования были опубликованы автором в 16 научных публикациях, из них 5 статей содержатся в рецензируемых научных журналах, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук для публикации статей по юриспруденции.

Наиболее значимые выводы были представлены научному сообществу на международных научно-практических конференциях: Международной научной конференции памяти профессора Ф.М. Рудинского (г. Сааратов, 20 апреля 2023 г.); X Международной научно-практической конференции (г. Москва, 03 июня 2021 г.); Всероссийской научно-практическая конференции с международным участием (г. Ростов-на-Дону, 12 ноября 2021 г.).

Диссертационный совет отмечает, что диссертация Коротковой Екатерины Александровны в полной мере соответствуют заявленной теме и паспорту научной специальности 5.1.3 «Частно-правовые (цивилистические) науки», в том числе следующим пунктам: 5. Частноправовые отношения: понятие, состав и структура. Отношения собственности. Особенности отдельных видов частноправовых отношений: гражданских, семейных, процессуальных и иных отношений; 8. Гражданско-правовое обязательство. Понятие и значение договора. Различные виды договорных и внедоговорных обязательств. Обязательства из семейных правоотношений. Обязательства и договоры, осложненные иностранным элементом. Процессуальные соглашения. Обязательства, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности; 15. Правовое регулирование предпринимательской и иной экономической деятельности. Общий, специальные и особые режимы предпринимательской деятельности; 17. Государственная политика и государственное регулирование в сфере предпринимательства. Саморегулирование. Государственная поддержка предпринимательства, иных форм экономической деятельности, в том числе в различных сферах (промышленность, строительство, сельское хозяйство, транспорт и др.); 30. Частноправовые аспекты применения биотехнологий, информационных (цифровых) технологий, в том числе искусственного интеллекта.

Оценка достоверности представленных в диссертации результатов исследования не вызывает сомнений и подтверждается как использованием современных методов научного познания, так и их апробацией. Основные выводы и научно обоснованные предложения диссертанта были представлены и получили положительную оценку на международных научно-практических конференциях.

На заседании 05 июня 2025 года диссертационный совет принял решение присудить Коротковой Екатерине Александровне ученую степень кандидата юридических наук по специальности 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки.

В голосовании приняли участие 5 членов диссертационного совета. Проголосовали: «ЗА» ; «ПРОТИВ» .

Председатель
диссертационного совета В. В. Зайцев

Член диссертационного совета А. А. Ананьева

Член диссертационного совета М. А. Липчанская

Член диссертационного совета В. С. Савина

Член диссертационного совета Е. В. Черникова

05 июня 2025 г.

Черникова Е.В. присутствовала в удаленном интерактивном режиме согласно п. 3.3.4. Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата, доктора наук в РАНХиГС

Протокол об итогах голосования
заседания диссертационного совета на базе РАНХиГС при Президенте РФ
(созданного приказом ректора РАНХиГС от 30 апреля 2025 года № 01-06152)

по защите диссертации Коротковой Екатерины Александровны на тему «Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в Российской Федерации», представленной к защите на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки.

№ 1 от 05 июня 2025 г.

Состав диссертационного совета:

1. д.ю.н. Зайцев Владимир Васильевич – председатель Диссертационного совета;
2. д.ю.н. Ананьева Анна Анатольевна;
3. д.ю.н. Липчанская Мария Александровна;
4. д.ю.н. Савина Виктория Сергеевна;
5. д.ю.н. Черникова Елена Вадимовна.

Официальные оппоненты:

1. д.ю.н. Карцхия Александр Амиранович;
2. д.ю.н. Мохов Александр Анатольевич.

Подсчет голосов при открытом голосовании по вопросу о присуждении Коротковой Екатерине Александровне ученой степени кандидата юридических наук.

Состав диссертационного совета утвержден в количестве 5 человек.

Присутствовало на заседании 5 членов совета.

Результаты голосования по вопросу о присуждении ученой степени кандидата юридических наук Коротковой Екатерине Александровне:

за 5

против нет

Председатель
диссертационного совета — В. В. Зайцев

Член диссертационного совета — А. А. Ананьева

Член диссертационного совета — М. А. Липчанская

Член диссертационного совета — В. С. Савина

Член диссертационного совета — Е. В. Черникова

Черникова Е.В. голосовала в удаленном интерактивном режиме согласно п. 3.13, 3.14 Порядка присуждения ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук в РАНХиГС