

В Диссертационный совет ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
119571, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 82

ОТЗЫВ

председателя диссертационного совета Зайцева Владимира Васильевича
на диссертацию Коротковой Екатерины Александровны
«Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в
Российской Федерации», представленную на соискание ученой степени
кандидата юридических наук по специальности 5.1.3 Частно-правовые
(цивилистические) науки

Диссертация Коротковой Екатерины Александровны на тему
«Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в
Российской Федерации», представленная к защите на соискание ученой степени
кандидата юридических наук по научной специальности 5.1.3 Частно-правовые
(цивилистические) науки, выполнена на кафедре правового обеспечения
рыночной экономики отделения «Высшая школа правоведения» Института
государственной службы и управления Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская
академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации».

Научный руководитель диссертанта – доктор юридических наук, профессор
Левушкин Анатолий Николаевич.

Содержание диссертационного исследования Коротковой Екатерины
Александровны полностью соответствует заявленной теме и паспорту научной
специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки.

Работа посвящена исследованию актуальной и значимой темы, затрагивающей дискуссионные аспекты регулирования рынка интернет-рекламы через правовую регламентацию нормативного правового регулирования и договорные конструкции предпринимательского рекламного договора.

Стремительное развитие цифрового пространства способствует росту информационной культуры потребителя и увеличению предприятий в интернет-пространстве, которые должны успевать адаптироваться к изменениям для удовлетворения запросов потребителей и достижения экономического эффекта в своей деятельности. Диссертационное исследование представляется актуальным для теоретического осмысления правовой природы правоотношений рекламного характера в сети Интернет, направленного на обеспечение баланса государственного и договорного регулирования, а также для практического совершенствования устоявшихся подходов к классификации договоров, регулирующих рекламную деятельность в сети Интернет.

Структура диссертации имеет стройную логику и соответствует поставленным цели и задачи исследования. Работа состоит из введения, трех глав, состоящих из одиннадцати параграфов, выводов и рекомендаций, а библиографического списка. Корректно определены объект и предмет исследования. Широкая теоретическая база, включающая труды российских правоведов, и обширный анализ международной практики в исследуемой сфере подтверждают обоснованность выводов, сформулированных в рамках диссертационного исследования, которые обладают теоретической и практической ценностью. Методологический аппарат исследования включает как общенаучные, так и частно-научные методы, в частности, историко-правовой, сравнительно-правовой и др.

Научная новизна диссертационного исследования выражается в сформулированных автором положениях, выносимых на защиту, которые представляются значимыми для развития теории гражданского права и правоприменительной практики.

Диссертация содержит подробный анализ правовой природы правоотношений рекламного характера в сети Интернет, исследования отечественного и зарубежного опыта правового регулирования интернет-рекламы, на основании чего сделан обоснованный вывод об отграничении рекламы от смежных частноправовых категорий.

Автор определяет рекламу как «особый вид неперсонифицированной информации», обладающий сущностной особенностью рекламной деятельности – ее творческой составляющей.

Диссертантом детально исследован механизм государственного регулирования отношений в сфере интернет-рекламы, проанализированы особенности полномочий ФАС России, как основного регулятора отрасли на государственном уровне. В частности, охарактеризованы основные этапы рассмотрения регулятором правонарушений в рекламной сфере и обоснованы предложения по работе «над развитием саморегулируемых организаций, которые будут разгружать ФАС России».

Особое внимание уделено саморегулированию отрасли рекламы в целом, и интернет-рекламы в частности, предложены правовые инструменты для формирования значительного влияния саморегулируемых организаций на индустрию рекламы.

Автором также проанализирована правовая природа договоров, регулирующих рекламную деятельность в сети Интернет, выделены элементы предпринимательских договоров в исследуемой сфере, на основании чего аргументированно предложена классификация договоров, в которой особое место занимает комплексный рекламный договор.

Сформулированные в диссертационном исследовании выводы создают основу для расширения доктринальных представлений о нормативном правовом и договорном регулировании рекламы в сети Интернет и дальнейших научных исследований. Диссертация является завершенным исследованием, отличающимся внутренней согласованностью и структурной целостностью.

Предложенные выводы и положения характеризуются высокой степенью обоснованности, что свидетельствует о глубоком научном подходе автора к решению поставленных задач.

Дополнительно, не умаляя достоинства диссертационного исследования, выделим некоторые вопросы, которые могут быть более подробнее раскрыты диссертантом в рамках публичной защиты.

Во втором положении, выносимом на защиту, автор отмечает необходимость усиления влияния саморегулирования в системе правового регулирования рекламной деятельности в сети Интернет. Интересным представляется позиция автора об обязательном членстве участников рекламного рынка в отраслевой саморегулируемой организации и введении дополнительного вида ответственности для ее участников – имиджевой ответственности субъектов рекламы перед потребителями и профессиональным сообществом (стр. 25 и стр. 125). Видится необходимым аргументировать свою позицию на публичной защите.

Мнение о научной работе диссертанта.

На основании изложенного можно сделать вывод о целесообразности допуска диссертации до защиты на заседании диссертационного совета.

Диссертация Коротковой Екатерины Александровны на тему «Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в Российской Федерации» является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задач, имеющих важное значение для развития юридической науки и практики, что соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, и Порядка присуждения ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утвержденного приказом Ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного

хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (приказ № 02-0355 от 28.02.2024; приказы об изм. № 02-1711 от 03.09.2024; № 01-22640 от 12.12.2024), а Короткова Екатерина Александровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата юридических наук по специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки.

Председатель диссертационного совета,
доктор юридических наук, профессор,
директор центра экономического правосудия
Высшей школы правоведения
ИГСУ РАНХиГС

«13» мая 2025 г.



В.В. Зайцев

Адрес места работы: 119571, г. Москва, пр-кт Вернадского, д. 82, стр. 1
тел. раб.: +7 (499) 956-90-30

адрес электронной почты: vzaytsev@ranepa.ru

Специальность, по которой защищена докторская диссертация: 12.00.03 – гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право.