

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

члена диссертационного совета Черниковой Елены Вадимовны
на диссертацию Коротковой Екатерины Александровны на тему
«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

Актуальность исследования, посвящённого нормативному правовому и договорному регулированию рекламы в сети Интернет, не вызывает сомнений, учитывая сложность и значимость данной темы как для научной доктрины, так и для правоприменительной практики.

Одной из целей Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы является формирование национальной цифровой экономики, при этом рекламные правоотношения следует рассматривать как основной инструмент продвижения товаров, работ и услуг, оказывающих действенное влияние на экономику в целом.

В диссертации справедливо подчеркивается, что отсутствие комплексного доктринального исследования способов регулирования отношений, складывающихся в рекламной сфере интернет-пространства, обуславливает то внимание законодателя и правоприменителя, которое уделяется вопросу интернет-рекламы, в том числе вопросам маркировки интернет-рекламы и введения единиц цифрового учета рекламных материалов в сети Интернет.

О наличии актуальной потребности в разрешении выявленных пробелов правового регулирования свидетельствуют примеры судебной практики, в том числе отраженные в § 1 Главы 2 диссертационного исследования.

Диссертация представляет собой завершённое исследование. Автором разработан комплексный подход к осмыслению правовой природы рекламных правоотношений в сети Интернет, сформулированы особенности нормативного правового и договорного регулирования рынка интернет-рекламы, особое внимание уделено соотношению государственного регулирования и саморегулирования в России и за рубежом. Задачи, сформулированные на стр. 13 диссертационного исследования, полностью раскрыты и решены, а цель исследования достигнута. Структура работы, включающая три главы и одиннадцать параграфов, обеспечила её внутреннюю согласованность и последовательность изложения.

Первая глава посвящена анализу правовой природы правоотношений рекламного характера в сети Интернет, в рамках которого автор, основываясь на отечественном и зарубежном опыте правового регулирования рынка интернет-рекламы, выделяет юридические факты, отграничивающие данный вид рекламы от смежных частноправовых категорий.

Соответствующие выводы отражены в выносимых на защиту положениях: положении № 1 (*соответствует пп. 5, 15 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки*) и положении № 3 (*соответствует пп. 5, 8, 15, 17 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки*).

Во второй главе исследованы особенности развития правового регулирования рекламы в сети Интернет. Раскрыта специфика государственного регулирования исследуемых отношений через анализ деятельности Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации.

Основное внимание уделено вопросу соотношения государственного регулирования и саморегулирования в системе нормативного правового регулирования рекламных правоотношений в сети Интернет, что нашло отражение в положении № 2, выносимом на защиту (*соответствует пп. 8, 15, 17 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки*) и положении № 3 (*соответствует пп. 5, 8, 15, 17*

паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки).

Изучены основные тенденции развития правового регулирования интернет-рекламы, среди которых уделено особое внимание деятельности инфлюенсеров, как феномену современной экономической деятельности, нуждающейся в правовой оценке и регулировании. Соответствующие выводы отражены в положении № 8, выносимом на защиту *(соответствует пп. 5, 8, 15 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки)*

В третьей главе анализируются особенности гражданско-правового механизма регулирования рекламных правоотношений. В ней автором предложены критерии классификации договоров рекламного характера, особое внимание при этом уделено изучению комплексного рекламного договора. Результатом исследования стали сформулированные положения: положение № 4 *(соответствует пп. 8, 15 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки)*, положение № 5 *(соответствует пп. 8, 15 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки)*, положение № 6 *(соответствует пп. 5, 8, 15 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки)*, положение № 7 *(соответствует пп. 8, 15, 30 паспорта научной специальности 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки).*

Применение разнообразных методов исследования демонстрирует оригинальный подход автора к решению поставленных в работе задач, что свидетельствует о его личном научном вкладе. Отдельного упоминания заслуживает обширная теоретическая, правовая и эмпирическая база, которая легла в основу исследования и обеспечивает глубокий анализ рассматриваемых вопросов.

Научные выводы автора отличаются высокой степенью обоснованности, основанной на тщательном изучении и критическом анализе научных работ,

нормативных правовых актов и материалов правоприменительной практики, относящихся к предмету исследования. Основные выводы и положения, сформулированные в диссертационном исследовании, были опубликованы в 5 статьях в журналах, включённых в перечень ВАК, а также представлены в докладах на международных научно-практических конференциях.

В то же время, несмотря на положительную оценку проведённого исследования и его научную ценность, в работе присутствуют **отдельные дискуссионные аспекты, требующие дополнительных пояснений.**

1. В рамках публичной защиты требуют уточнения выводы автора о творческой составляющей рекламы в сети Интернет (первое положение, выносимое на защиту), предлагаем автору дополнительно раскрыть вопрос о применении искусственного интеллекта как при создании объекта рекламы, так и при распространении рекламы в интернет-пространстве.

2. В седьмом положении на защиту указано, что стороны договора обязаны самостоятельно распределять риски, возникающие в рекламной деятельности и определять момент перехода рисков от одного субъекта к другому. При этом дополнительную обязанность в виде контроля качества цифрового носителя рекламной информации автор возлагает только на рекламодателя. Предлагаем автору дать дополнительные пояснения по данному положению в ходе публичной защиты.

При этом, представленные рекомендации не умаляют общую положительную оценку научного исследования, выполненного Коротковой Екатериной Александровной. Диссертация представляет собой самостоятельное и завершённое исследование, отличающееся внутренним единством и включающее результаты и положения, вынесенные на публичную защиту и имеющие научную новизну.

Вывод: 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 задачи, имеющей 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.

Член диссертационного совета,
доктор юридических наук, профессор,
заведующая кафедрой правового
регулирования экономики и финансов
Факультета ГМУ ИГСУ РАНХиГС

12.05.2025



Черникова Е.В.

Адрес места работы: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, 82, стр.1

Тел. раб.: 8 (499) 956-09-99

Адрес электронной почты: chernikova-ev@ranepa.ru

Специальность, по которой защищена докторская диссертация: 12.00.14
«Административное право, финансовое право, информационное право»