

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

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

Диссертационное исследование Коротковой Екатерины Александровны проведено своевременно и выполнено на актуальную тему. В настоящее время нормативное правовое и договорное регулирование отношений, складывающихся на рынке интернет-рекламы обусловлено цифровизационными процессами, которые, безусловно, должны быть интегрированы в структуру указанных видов регулирования. При этом необходимо выработать единый подход к правовой природе рекламных правоотношений и их правовому регулированию в сети Интернет.

Научные положения, выводы и рекомендации, представленные в работе, отличаются высокой степенью обоснованности, а разработанная автором структура диссертации является основой для достижения цели проводимого исследования. Содержание каждой главы работы представлено таким образом, что в них последовательно представляются наиболее значимые аспекты исследуемой проблематики, позволяющие решить следующие научные задачи: 1) раскрыть правовую природу рекламных правоотношений в сети Интернет, с учетом анализа исторического развития регулирования рынка интернет-рекламы как в России, так и за рубежом; 2) выявить тенденции и перспективы развития правового регулирования рынка интернет-рекламы в России; 3) определить критерии отграничения рекламы в сети Интернет от смежных частноправовых категорий; 4) исследовать особенности применения

интернет-рекламы при цифровизации правового и договорного регулирования экономической деятельности; 5) раскрыть соотношение нормативного правового регулирования рынка интернет-рекламы и института саморегулирования в данной сфере; 6) раскрыть понятие и правовую природу предпринимательских договоров, регулирующих рекламную деятельность в сети Интернет; 7) обосновать классификацию договоров, регулирующих рекламную деятельность в сети Интернет.

Цель и задачи исследования, поставленные соискателем в диссертационном исследовании Коротковой Е. А., отвечают общему замыслу и теме представленной работы, а применяемые методы научного познания способствуют достижению цели и решению научных задач. Диссертация написана грамотным юридическим языком, стилистически выверена, свидетельствует о хорошем знании автором предмета и объекта исследования.

Диссертация состоит из введения, трех глав, одиннадцати параграфов, заключения и библиографического списка. Во введении обосновывается актуальность темы исследования, проводится анализ степени ее разработанности, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, представлены теоретическая и эмпирическая база, доказана научная новизна, теоретическая и практическая значимость, сформулированы положения, выносимые на защиту, указаны сведения об апробации и структуре работы.

В первой главе исследована правовая природа отношений рекламного характера в сети Интернет, раскрыта характеристика нормативного правового регулирования рекламы в сети Интернет, изучен отечественный и зарубежный опыт регулирования рекламы. Аргументировано отграничение интернет-рекламы от смежных частноправовых категорий.

Во второй главе, раскрыты особенности государственного регулирования рекламных отношений и института саморегулирования в сфере рекламы, а также изучены тенденции и сформулированы перспективы развития правового регулирования рекламы в сети Интернет.

В третьей главе проанализированы особенности гражданско-правового механизма регулирования рекламных отношений в сети Интернет, разработаны критерии классификации договоров рекламного характера.

Выводы, сделанные в работе, носят самостоятельный характер, аргументированы, основаны на правоприменительной практике. Положения, выносимые на защиту, аргументированы по всему тексту работы и имеют соответствующую доказательную базу.

Соискателем проведена системное научное исследование по всестороннему рассмотрению избранной проблематики, изучено и использовано в работе значительное количество источников, общее количество которых составляет 524.

Диссертация имеет несомненные достоинства. Так, перспективным и обоснованным выглядит рассмотрение автором вопроса о том, что в настоящее время деятельность инфлюенсеров представляет собой неотделимый составной элемент экономической деятельности и нуждается в правовом регулировании. Следует согласиться с тем, что правовой статус инфлюенсера в недостаточной степени изучен цивилистической наукой, а в российском законодательстве отсутствует его легальное определение. Автор дает понятие инфлюенсера и относит его к субъекту предпринимательского права, участнику налоговых, трудовых и информационных правоотношений.

Заслуживает одобрения другой интересный вывод автора, относящийся к вопросу введения в рекламные договоры дополнительной обязанности контроля качества цифрового носителя рекламной информации. Данное положение в договоре необходимо при регулировании отношений в сфере интернет-рекламы, поскольку помогает сторонам самостоятельно распределять риски, возникающие в рекламной деятельности и определять момент перехода рисков от одного субъекта к другому.

Следует согласиться с выводом о том, что эффективное саморегулирование рекламы служит для потребителей дополнительной

гарантией достоверности и добросовестности рекламной информации, поддерживая тем самым доверие к рекламодателю.

В работе имеются и другие интересные выводы и предложения, обладающие необходимой новизной, представляющие научно-обоснованный интерес и перспективу для научной дискуссии.

Вместе с тем, как и любое новое научное исследование работа не лишена дискуссионных положений, которые следует разъяснить автору в ходе публичной защиты.

Так соискатель отмечает, что творческая составляющая рекламы присутствует на этапах создания и распространения рекламы в сети Интернет (первое положение, выносимое на защиту – стр. 18-19). Однако в настоящее время в рекламной сфере активно используется искусственный интеллект, с помощью которого создается визуальный контент и рекламные тексты. В связи с этим возникает вопрос: может ли этот интеллект обладать критериями авторства созданных им произведений? Либо автором является человек, который задает параметры для создания визуального или текстового контента, будет произведений, созданных искусственным интеллектом?

Поставленный и другие вопросы касаются дискуссионных, до конца не разрешенных в рекламно-правовой науке проблем, по которым соискатель может иметь свое самостоятельное мнение, и ни в коей мере не умаляют общего положительного впечатления от проделанной автором работы.

Вывод. Диссертация Коротковой Екатерины Александровны, выполненная на тему «Нормативное правовое и договорное регулирование рекламы в сети Интернет в Российской Федерации» является научно-квалификационной работой, обладает внутренним единством и содержит решение задачи, имеющей значение для развития цивилистической науки, отвечает критериям установленным пп. 9-11, 13, 14 Положения о присуждении ученых степеней (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 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.

Профессор кафедры гражданского и трудового права, гражданского процесса Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя,
доктор юридических наук, доцент,
Почетный работник сферы образования
Российской Федерации

 С. А. Шаронов

12 мая 2025 года

Сведения об авторе отзыва:

фамилия, имя, отчество: Шаронов Сергей Александрович

ученая степень: доктор юридических наук

ученое звание: доцент

научная специальность, по которой защищена диссертация: 12.00.03 – Гражданское право предпринимательское право; семейное право; международное частное право

основное место работы: Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Московский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В. Я. Кикотя»

занимаемая должность: профессор кафедры гражданского и трудового права, гражданского процесса

адрес места работы: 117997, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 12

адрес электронной почты: Sharonov345@mail.ru

контактный телефон: +7 9033271033.

