

В Диссертационный совет  
Д 401.001.02 при ФГБОУ ВО  
«Российская государственная  
академия интеллектуальной  
собственности»,  
Адрес: 117279, г. Москва,  
ул. Миклухо-Маклая, 55а

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат Каменского Максима Андреевича  
«Гражданско-правовое регулирование  
производства и распространения рекламы  
на территории Российской Федерации»,**

*представленной на соискание ученой степени кандидата юридических  
наук по специальности 12.00.03 - гражданское право;  
предпринимательское право; семейное право; международное частное  
право*

Предпринятый М.А. Каменским анализ гражданско-правового регулирования отношений, возникающих при осуществлении рекламной деятельности, и связанной с ними правоприменительной практики, несомненно, является актуальным направлением для проведения цивилистических исследований.

В настоящее время особенности содержания общественных отношений и реализации интересов различных категорий субъектов гражданского права, связанных с производством и распространением рекламы, нуждаются в дополнительном изучении в связи с появлением новых форм и способов осуществления рекламной деятельности, обусловленных продолжающимся технологическим развитием, ростом значения цифровых технологий и новых средств коммуникации. Указанные обстоятельства свидетельствуют о значительной актуальности выполненной М.А. Каменским работы.

При проведении диссертационного исследования автором поставлена важная цель, состоящая в выявлении особенностей гражданско-правового регулирования производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации, в том числе с учетом особенностей использования объектов интеллектуальных прав при осуществлении рекламной деятельности, в разработке предложений по

совершенствованию доктринальных теоретических положений, характеризующих сущность возникающих при этом правоотношений, а также в разработке предложений по дальнейшему совершенствованию правового регулирования в рассматриваемой области.

Автор справедливо отмечает, что в рассматриваемой им области до настоящего времени, несмотря на большое число проведенных научных исследований, не решены важнейшие задачи, в частности, не разработан понятийный аппарат, используемый при осуществлении рекламной деятельности. Само понятие «реклама» в настоящее время применяется в отношении такого широкого круга случаев распространения информации (коммерческая реклама, социальная реклама, политическая реклама и т.д.), что отсутствует возможность выработки общих, единых для всех видов рекламы правил и требований, что значительно затрудняет развитие законодательного регулирования возникающих правоотношений.

Представляются правильными и обоснованными предложения автора об отнесении к понятию «реклама» только информации, связанной с коммерческой рекламной деятельностью с исключением из сферы регулирования законодательством о рекламе отношений, связанных с социальной рекламой, политической рекламой, рекламой благотворительных акций и иными случаями распространения информации некоммерческого характера.

Представляют значительный интерес предложения автора, связанные с выработкой определений ряда понятий, в том числе для целей их введения в гражданско-правовое регулирование отношений, связанных с осуществлением рекламной деятельности, а также на учет особенностей рекламной деятельности при применении положений законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности, закрепляемых частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации.

Предложения автора, изложенные в автореферате, свидетельствуют о научной новизне исследования.

Сделанные диссертантом выводы и аргументированные предложения по совершенствованию законодательства и правоприменительной практики (стр. 11-17 автореферата) обладают достаточной степенью обоснованности и новизны.

Проведенное автором исследование имеет существенное теоретическое и практическое значение, в частности, при его проведении был выявлен ряд пробелов и противоречий существующего



законодательного регулирования, сформулированы научные положения, на базе которых разработаны предложения по совершенствованию законодательства и практики его применения.

Результаты проведенного исследования могут найти применение при развитии правовой доктрины, договорной и правоприменительной практики, в нормотворческой и правоприменительной деятельности, а также в процессе преподавания гражданского, предпринимательского и международного частного права.

На основании рассмотрения автореферата можно сделать вывод о том, что диссертационное исследование Каменского Максима Андреевича «Гражданско-правовое регулирование производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации» по своей актуальности, достоверности, новизне и обоснованности сделанных выводов и подготовленных рекомендаций, степени вклада диссертанта в развитие науки гражданского права полностью соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям, представляемым на соискание ученой степени кандидата юридических наук в соответствии с пунктами 9 и 10 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 (ред. от 01.10.2018).

Автор диссертационного исследования Каменский Максим Андреевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право.

Кандидат юридических наук (12.00.03 - гражданское право,  
предпринимательское право, семейное право,  
международное частное право),  
Председатель Президиума  
Московской коллегии адвокатов  
«Традиции Адвокатуры», адвокат

Попова Ирина Юрьевна

Адрес: 123317 г. Москва,  
ул. Литвина-Седого, д.5, стр.1  
Тел.: 8 (499) 256-96-60  
Email: popova@finrez.ru



Председателю  
Диссертационного совета Д 401.001.02  
при ФГБОУ ВО «Российская  
государственная академия  
интеллектуальной собственности»  
д.ю.н., профессору  
И.А. Близнецу

### **Отзыв**

**об автореферате диссертации Каменского Максима Андреевича на тему: «Гражданско-правовое регулирование производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации», представленной на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право**

Диссертационное исследование М.А. Каменского посвящено гражданско-правовому регулированию общественных отношений, связанных с созданием и использованием рекламы на территории Российской Федерации. Избранная для исследования тема, несомненно, актуальна и востребована как в теории права, так и в правоприменительной практике в силу своей неурегулированности.

Как справедливо отмечает автор исследования многие спорные аспекты в рассматриваемой области не получили должного правового решения до настоящего времени.

При развитии российского законодательства в недостаточной мере учитывался мировой опыт правового регулирования рекламных отношений, а также экономические и культурные особенности нашей страны и ее отдельных регионов (стр. 3-4 автореферата).

Справедливой представляется отмеченная автором особенность ранее осуществленных по данной тематике научных исследований; автор указывает, что имеющиеся исследования либо охватывают отдельные стороны исследуемой



области правового регулирования и не содержат единого комплексного анализа всей взаимосвязи сложных явлений, которые, в конечном счете, обуславливают производство и распространение рекламы на территории Российской Федерации, либо базируются на уже не актуальных законодательных положениях» (стр. 7 автореферата).

Заслуживает поддержки сформулированная автором цель кандидатского исследования, которая заключается в выявлении особенностей гражданско-правового регулирования производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации, в том числе, с учетом особенностей использования объектов интеллектуальных прав при осуществлении рекламной деятельности.

Проведенное исследование, оставляет благоприятное впечатление и, безусловно, позволило диссертанту разработать ряд заслуживающих внимания научных и теоретических предложений в рассматриваемой области и достичь поставленной во Введении цели.

Как представляется, заслуживают особого внимания предложения диссертанта по изменению подхода к самому понятию «реклама» и отнесение к такому понятию только случаев распространения рекламной информации коммерческого характера и исключением его применения в отношении случаев распространения информации в социальных целях, благотворительных целях, в общественных и государственных интересах. Последовательная реализация данного подхода создаст предпосылки для дальнейшего обоснованного развития рекламного законодательства с учетом единой концепции понимания и определения предмета правового регулирования.

При ознакомлении с авторефератом кандидатской диссертации М.А. Каменского представляется глубокое понимание автором предмета исследования. Положения, выносимые на защиту, представляются обоснованными, логически взаимосвязанными и заслуживают внимания и поддержки, свидетельствуют о научной новизне проведенного исследования.

Содержание автореферата позволяет заключить, что диссертационное исследование Каменского Максима Андреевича «Гражданско-правовое регулирование производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации» является актуальным, завершенным самостоятельным

научным исследованием, сделанные диссертантом выводы и предложения отвечают требованиям новизны и обоснованности. Данное исследование, определенно вносит вклад в развитие дальнейшее развитие науки гражданского права.

Результаты проведенного М.А. Каменским исследования полностью соответствуют требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата юридических наук согласно Положению о присуждении ученых степеней, утвержденному Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842, а его автор М.А. Каменский заслуживает присуждения ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 – «Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право».

Кандидат юридических наук, доцент  
(специальность 12.00.03 - гражданское право,  
предпринимательское право, семейное право,  
международное частное право),  
заместитель декана по научной работе  
юридического факультета Института экономики,  
управления и права ФГБОУ ВО  
«Российский государственный  
гуманитарный университет» (РГГУ)

Е.Ю. Князева



Проректор по научной работе

О.В. Павленко

Адрес: 125993, г. Москва, Миусская пл., д. 6

Тел.: 8(495) 250-68-42

Email: ele1038@yandex.ru



Председателю  
Диссертационного совета Д 401.001.02  
при ФГБОУ ВО «Российская государственная  
академия интеллектуальной собственности»  
д.ю.н., профессору Близнецу И.А.  
г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 55а

### **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Каменского Максима Андреевича**  
**«Гражданско-правовое регулирование производства и распространения**  
**рекламы на территории Российской Федерации»,**  
*представленной на соискание ученой степени*  
*кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 -*  
*гражданское право; предпринимательское право; семейное право;*  
*международное частное право*

Проведенное М.А. Каменским исследование проблем гражданско-правового регулирования отношений, связанных с производством и распространением рекламы, в том числе с учетом использования в рекламе результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, а также разработанные на основе проведенного исследования авторские предложения отличаются высокой степенью актуальности. В настоящее время получают все большее распространение новые формы и способы распространения рекламной информации, однако развитие законодательства значительно отстает от потребностей практики.

При проведении диссертационного исследования автором была поставлена важная цель, сформулированы и решены необходимые для ее достижения задачи (стр. 8-9 автореферата).

Представляют интерес предложенные автором критерии, использованные им при разработке определения понятия «реклама», в том числе выводы о том, что производство и распространение рекламы являются платными для рекламодателя, а конечная цель ее распространения заключается в извлечении прибыли от реализации объекта рекламирования.

Исходя из коммерческой природы рекламы автор убедительно обосновывает необходимость отнесения к данному понятию только случаев распространения информации, связанной с коммерческой рекламной деятельностью, осуществляемой в целях реализации объекта рекламирования (товара, работы, услуги) или привлечения внимания к товаропроизводителям, организациям и лицам, выполняющим соответствующие работы или оказывающим определенные услуги.

Определенной новизной обладают предложенные автором определения понятий «реклама», «рекламная деятельность», «рекламный договор», «рекламное агентство» и другие, а также классификация субъектов рекламной деятельности по предложенным автором основаниям.

Сделанные диссертантом выводы отличаются обоснованностью, а предложения автора, изложенные в автореферате, свидетельствуют о научной новизне исследования.

Проведенное автором исследование имеет важное теоретическое и практическое значение, в частности, при его проведении сформулированы научные положения, выявлен ряд пробелов и противоречий существующего законодательного регулирования, разработаны предложения по совершенствованию законодательства и практики его применения.



Результаты проведенного исследования могут найти применение при дальнейшей разработке научных вопросов по теме исследования, в нормотворческой деятельности, в правоприменительной практике, а также в процессе преподавания дисциплин гражданско-правового цикла.

На основании рассмотрения автореферата можно сделать вывод о том, что диссертационное исследование М.А. Каменского «Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации» представляет актуальную научную работу, свидетельствующую о вкладе диссертанта в развитие науки. Диссертационная работа М.А. Каменского полностью соответствует установленным требованиям.

Автор диссертационного исследования Каменский Максим Андреевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право.

Кандидат юридических наук (12.00.03 - гражданское право,  
предпринимательское право, семейное право,  
международное частное право),

судья Арбитражного суда города Москвы

И.М. Григорьева

Адрес: 115191, г.Москва, ул.Большая Тульская, д.17

Тел.: 8-495-600-97-94

Email: 89013840348@mail.ru

*Сервис судей Григорьевой И.М.  
удостоверено*

Начальник отдела кадров и  
государственной службы



*И.М. Григорьева*

**Председателю  
Диссертационного совета  
Д 401.001.02  
при ФГБОУ ВО  
«Российская государственная  
академия интеллектуальной  
собственности»,  
доктору юридических наук,  
профессору И.А. Близнецу**

### **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Каменского Максима Андреевича  
«Гражданско-правовое регулирование производства и распространения  
рекламы на территории Российской Федерации», представленной на  
соискание ученой степени кандидата юридических наук по  
специальности 12.00.03 - гражданское право, предпринимательское  
право, семейное право, международное частное право**

Диссертация М.А. Каменского «Гражданско-правовое регулирование производства и распространения рекламы на территории Российской Федерации» является актуальным научным исследованием, посвященным теоретическому анализу важных направлений развития современного гражданского права.

Актуальность избранной темы обусловлена нерешенностью многих проблем, связанных с гражданско-правовыми аспектами регулирования производства, размещения и иного распространения рекламной продукции, а также вопросами обеспечения охраны прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, используемые в рекламной деятельности.

Существующая практика показывает, что отсутствие надлежащего гражданско-правового регулирования правоотношений, возникающих при осуществлении рекламной деятельности, приводит к необходимости применения прежде всего механизмов административной ответственности,



которые в свою очередь далеко не всегда оказываются достаточно эффективными для предотвращения таких массовых нарушений, как навязчивая реклама, в том числе распространяемая в форме спама, недобросовестная реклама и иные случаи злоупотреблений при осуществлении рекламной деятельности.

Несомненно, особый интерес представляет предложенный автором подход, направленный на разграничение рекламы как информации, распространяемой в связи с осуществлением коммерческой деятельности (коммерческой рекламы), и иных случаев распространения информации некоммерческого характера в социальных, политических, благотворительных и иных целях, не связанных с продвижением товаров, работ, услуг, а также продавцов, изготовителей и иных лиц, выпускающих товары, оказывающих соответствующие услуги или предлагающих выполнение определенных видов работ.

Автором предлагается также немало других интересных и обоснованных научных выводов и практических предложений.

Диссертантом выявлен ряд пробелов и противоречий в действующем законодательстве Российской Федерации и предложены меры для их устранения. В частности, М.А. Каменский справедливо отмечает необходимость корректировки положений подпункта 1 п. 1 ст. 1274 ГК РФ для исключения возможности использования в рекламе цитат из произведений без согласия их авторов и иных правообладателей, так как хотя формально возможность свободного использования цитат в информационных целях предусматривается указанными положениями, очевидно, что законодатель при установлении такой возможности и закреплении соответствующего ограничения исключительных прав на произведения не подразумевал, что такое ограничение могло бы использоваться для коммерческих целей, связанных с коммерческой рекламой и продвижением товаров, работ и услуг. Предложенное М.А. Каменским изменение законодательства позволит исключить

возможность противоречивых толкований указанной законодательной нормы.

Значительного внимания заслуживают иные сделанные автором предложения по внесению изменений в действующее законодательство, в том числе в Федеральный закон «О рекламе» и в ряд положений Гражданского кодекса Российской Федерации (ст. 1289, 1290 ГК РФ).

Справедливыми и обоснованными представляются также другие сделанные диссертантом выводы и предложения, которые, безусловно, заслуживают учета и рассмотрения, в том числе в качестве возможных направлений для проведения дальнейших научных исследований, развития понятийного аппарата, совершенствования законодательства Российской Федерации и практики его применения.

Диссертант подготовил творчески самостоятельную, серьезную научную работу, разработал и обосновал выводы и предложения, имеющие как теоретическое, так и практическое значение, в связи с чем Каменский Максим Андреевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право.

Доктор юридических наук (12.00.03 - гражданское право,  
предпринимательское право, семейное право,  
международное частное право),  
судья Арбитражного суда Московской области



Морхат Петр Мечиславович

Адрес: 107078, г. Москва,  
проспект Академика Сахарова, д. 18  
Арбитражный суд Московской области

Контактная информация:

Телефон: 8 (495) 607-42-98

Факс:

E-mail: pmorhat@mail.ru