

DOI: 10.17803/1729-5920.2023.195.2.046-055

А. С. Киселев*,
С. В. Ледащев**,
А. М. Петров***

Актуальные проблемы привлечения к административной ответственности за рекламу услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы привлечения к административной ответственности за рекламу услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации. В последние годы происходит увеличение количества организаций, осуществляющих незаконную деятельность по подготовке курсовых и дипломных работ, научных статей, кандидатских диссертаций. К сожалению, как показывает практика, территориальные органы Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации не всегда выявляют состав правонарушения в действиях подобных организаций.

В качестве причин названы отсутствие высокого уровня квалификации специалистов на местах; сложности проведения лингвистической экспертизы, обязательной при фиксации и выявлении скрытой рекламы; отсутствие отработанного механизма привлечения к административной ответственности. Авторами предлагаются меры, необходимые для устранения указанных проблем и совершенствования деятельности правоприменительных органов государственной власти.

В частности, авторы убеждены, что в отдельном письме Федеральная антимонопольная служба РФ должна обязать свои территориальные органы устанавливать признаки противоправной рекламы в ходе проведения проверок по соблюдению Федерального закона «О рекламе» и привлекать к административной ответственности граждан, должностных и юридических лиц, осуществляющих рекламу услуг по написанию научных работ. К данной работе стоит также привлекать органы полиции и Федеральной налоговой службы, наделив их соответствующими полномочиями.

© Киселев А. С., Ледащев С. В., Петров А. М., 2023

* *Киселев Александр Сергеевич*, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права юридического факультета Института экономики, управления и права Московского государственного областного университета; старший преподаватель департамента международного и публичного права юридического факультета Финансового университета при Правительстве РФ
Ленинградский пр., д. 49, г. Москва, Россия, 119334
alskiselev@fa.ru

** *Ледащев Сергей Валентинович*, кандидат юридических наук, доцент кафедры административно-правовых дисциплин Владимирского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС)
ул. Горького, д. 59а, г. Владимир, Россия, 600017
sergey-ledashev@mail.ru

*** *Петров Антон Михайлович*, кандидат юридических наук, доцент кафедры административно-правовых дисциплин Владимирского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС)
ул. Горького, д. 59а, г. Владимир, Россия, 600017
zepp.list@mail.ru

Генеральной прокуратуре Российской Федерации целесообразно дать указание нижестоящим прокуратурам субъектов, городов, районов осуществлять проверки обоснованности привлечения и непривлечения антимонопольными органами к административной ответственности граждан, должностных и юридических лиц за рекламу услуг по выполнению и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации.

Для выявления признаков завуалированной рекламы предлагается использовать разъяснение Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ, согласно которому суды могут принимать к сведению информацию, которая ассоциируется у потребителей с товаром, находящимся в обращении. Применительно к проблеме распространения рекламы услуг по выполнению и написанию научных работ антимонопольные органы могут использовать данные социологических опросов обучающихся и преподавателей и заключения лингвистической экспертизы.

Ключевые слова: образование; административная ответственность; противоправная реклама; реклама научных работ; пробел в праве; административная ответственность.

Для цитирования: Киселев А. С., Ледащев С. В., Петров А. М. Актуальные проблемы привлечения к административной ответственности за рекламу услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации // Lex russica. — 2023. — Т. 76. — № 2. — С. 46–55. — DOI: 10.17803/1729-5920.2023.195.2.046-055.

Actual Problems of Imposing Administrative Responsibility for Advertising Services for Preparation and Writing Research Papers Provided for by the State Scientific Certification System

Aleksandr S. Kiselev, Cand. Sci. (Law), Associate Professor, Department of Civil Law, Faculty of Law, Institute of Economics, Management and Law, Moscow State Regional University; Senior Lecturer, Department of International and Public Law, Faculty of Law, Financial University under the Government of the Russian Federation
pr. Leningradskiy, d. 49, Moscow, Russia, 119334
alskiselev@fa.ru

Sergey V. Ledashchev, Cand. Sci. (Law), Associate Professor, Department of Administrative and Legal Disciplines, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA)
ul. Gorkogo, d. 59a, Vladimir, Russia, 600017
sergey-ledashev@mail.ru

Anton M. Petrov, Cand. Sci. (Law), Associate Professor, Department of Administrative and Legal Disciplines, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA)
ul. Gorkogo, d. 59a, Vladimir, Russia, 600017
zepp.list@mail.ru

Abstract. The paper examines actual problems concerning administrative responsibility for advertising services in the field of preparation and writing papers provided for by the state scientific certification system. In recent years, there has been an increase in the number of organizations engaged in illegal preparation of term (year) papers and theses, research articles and Cand. Sci. dissertations. Unfortunately, as practice shows, territorial bodies of the Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation (FAS territorial bodies) do not always identify the elements of the crime in the activities of such organizations.

FAS territorial bodies refer to the lack of a high level of experts in the field, difficulties associated with conducting linguistic forensic expertise mandatory for fixing and detecting hidden advertising, the lack of a well-developed mechanism for bringing to administrative responsibility. The authors propose measures necessary to eliminate these problems and improve the work of law enforcement agencies.

In particular, the authors are convinced that in a separate letter, the Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation should oblige its territorial authorities to identify elements of illegal advertising during their inspections aimed at checking compliance with the Federal Law on Advertising and to bring to administrative responsibility

citizens, officials and legal entities advertising services for writing scientific papers. The police bodies, as well as the Federal Tax Service agencies should also be involved in this work, and they should be given the appropriate powers.

It is advisable for the Prosecutor General's Office of the Russian Federation to instruct subordinate prosecutor's offices of constituent entities, cities, districts to carry out monitoring regarding situations when antimonopoly authorities impose or fail to impose administrative responsibility on citizens, officials and legal entities for advertising services for writing papers provided for by the state system of scientific certification.

To identify signs of veiled advertising, it is proposed to use clarifications of the Presidium of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation, according to which courts can take into account information that consumers associate with goods in circulation. In relation to the problem of advertising services for the implementation and writing of scientific papers, antimonopoly authorities can use the data of sociological surveys of students and teachers and the conclusions of linguistic expertise.

Keywords: education; administrative responsibility; illegal advertising; advertising of scientific works; gap in law; administrative responsibility.

Cite as: Kiselev AS, Ledashchev SV, Petrov AM. Aktualnye problemy privlecheniya k administrativnoy otvetstvennosti za reklamu uslug po podgotovke i napisaniyu rabot, predusmotrennykh gosudarstvennoy sistemoy nauchnoy attestatsii [Actual Problems of Imposing Administrative Responsibility for Advertising Services for Preparation and Writing Research Papers Provided for by the State Scientific Certification System]. *Lex russica*. 2023;76(2):46-55. DOI: 10.17803/1729-5920.2023.195.2.046-055. (In Russ., abstract in Eng.).

Одним из базисных элементов построения сильного государства и цивилизованного общества является образование, которому человечество обязано всеми достижениями научно-технического прогресса, культуры и искусства.

Определение понятия «образование» имеет различные варианты. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова объясняет значение слова «образование» как получение систематизированных знаний и навыков, обучение, просвещение («право на образование», «народное образование»), а также совокупность знаний, полученных в результате обучения¹.

Право на образование является одним из фундаментальных прав человека, закрепленных в международном и национальном законодательствах. Так, в ст. 26 Всеобщей декларации прав человека закреплены положения о том, что «каждый человек имеет право на образование...»². Статьей 13 Международного пакта об экономических, социальных и культурных правах (Нью-Йорк, 19 декабря 1966 г.), вступившего в силу для СССР с 3 января 1976 г., признается «право каждого человека на образование. Страны — участники данного пакта соглашаются, что

образование должно быть направлено на полное развитие человеческой личности...»³.

Российская Федерация, являющаяся участником ООН, следуя нормам ратифицированных международных договоров и нормативных правовых актов, закрепила в национальном законодательстве конституционное право граждан на образование. Конституция Российской Федерации выделяет право на образование как элемент конституционного статуса человека. Помимо этого, в Федеральном законе от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»⁴ закреплена система гарантий указанного права.

Важнейшими источниками подзаконного правового регулирования являются: указы и распоряжения Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства, нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления. Перечисление столь большого количества источников права неслучайно, поскольку это будет необходимо для того, чтобы сделать в дальнейшем комплексный вывод о степени

¹ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М. : ООО «ИТИ Технологии», 2007.

² Всеобщая декларация прав человека (принята 10 декабря 1948 г. Генеральной Ассамблеей ООН) // Социальная газета. 1995. № 11. С. 10.

³ Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (принят 16 декабря 1966 г. Резолюцией 2200 (XXI) на 1496-м пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН) // Ведомости Верховного Совета СССР. 1976. № 17 (1831).

⁴ Российская газета. 2012. № 303.

соблюдения в Российской Федерации права человека на образование.

На сегодняшний день важнейшим значением образования является его качество, одним из критериев которого является получение обучающимися навыков в написании различного рода научных работ, иллюстрирующих степень его подготовленности к практической деятельности.

Согласно п. 12 приказа Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»⁵, выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Несмотря на это, по оценкам специалистов, рынок услуг по написанию научных работ активно развивается⁶. Как отмечает А. А. Самойлов, «услуги по написанию таких работ снижают мотивацию студентов к самостоятельному обучению»⁷. Тем не менее отсутствие четкого правового регулирования и сформированной правоприменительной практики привлечения к ответственности позволяет неблагонадежным лицам практически легально осуществлять не только написание таких работ, но и их рекламу, которая производится в том числе и через сеть Интернет, социальные сети, по радио и с помощью других средств массовой информации, вследствие чего рынок рекламы подвержен постоянной динамике⁸. Это обеспечивает доступность таких работ для каждого обучающегося.

При этом способы такой рекламы могут быть как открытыми, так и завуалированными. Открытые способы рекламы заключаются в том,

что рекламодатель прямо заявляет неограниченному кругу лиц о своей деятельности по написанию научных работ. Завуалированных форм достаточно много, ярким примером является распространение информации об услуге «Консультирование в написании научных работ». О. Е. Репетева и Д. В. Малиночка указывают, что «во многих странах мира скрытая реклама либо запрещена, либо допускается с большими оговорками, предостерегающими производителей товаров о невозможности манипулирования общественным потребительским сознанием через скрытую рекламу»⁹. В этой связи стоит принимать во внимание проблему, выявленную Л. А. Шестак: «Семантическая проблема — одна из самых значимых в экспертизах рекламы, поскольку современный рекламодатель решает сразу две задачи: зацепить взгляд и слух потребителя и не нарушить закон, одним словом намекнуть, но не сказать»¹⁰.

В практической деятельности у правоприменительных органов возникают сложности в привлечении к административной ответственности граждан, должностных и юридических лиц, производящих рекламу в такой форме. Это связано с тем, что только в 2018 г. законодатель внес ясность в вопрос запрета распространения рекламы услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации (далее — научных работ; работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации).

Ю. В. Явинская полагает, что «фирмы, занимающиеся продажей курсовых и диплом-

⁵ URL: www.pravo.gov.ru (дата обращения: 29.11.2022).

⁶ Миронова А. В., Антонов В. П. Не всё дозволено в рекламе, или проблемы нарушения российского законодательства о рекламе (на материале региональной рекламной продукции) // Вестник Хакасского государственного университета имени Н.Ф. Катанова. 2019. № 3 (29). С. 90–91.

⁷ Самойлов А. А. Исследование рынка услуг по написанию студенческих работ: анализ сегментов рынка // Universum: психология и образование. 2019. № 2 (56). С. 34–35.

⁸ Бутаева Е. М., Виговская К. А. Теоретико-правовые концепты института административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе // Гражданин и право. 2022. № 10. С. 79.

⁹ Репетева О. Е., Малиночка Д. В. Правовые последствия нарушения законодательства о рекламе субъектами предпринимательских отношений // Молодой ученый. 2020. № 38 (328). С. 135.

¹⁰ Шестак Л. А. Лингвистическая экспертиза современных рекламных текстов: задачи и решения // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 4 (38). С. 111.

ных работ, не являются участниками образовательных отношений, субъектами научной и (или) научно-технической деятельности. Они представляют собой агентов так называемого рынка параллельных образовательных услуг. Следовательно, реклама услуг компаний, продающих курсовые и дипломные работы, может быть признана недостоверной, так как несет информацию о результатах исследований и испытаний, которые эти компании не вправе проводить, не обладая статусом участника образовательных отношений либо субъекта научно-технической деятельности»¹¹.

Так, 30 октября 2018 г. был принят Федеральный закон № 383-ФЗ «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона “О рекламе”»¹². Согласно п. 10 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»¹³ и письму ФАС России от 07.11.2018 № АК/89827/18 «О внесении изменений в статью 7 Федерального закона “О рекламе”»¹⁴, реклама таких услуг не допускается. В соответствии со ст. 14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе предусмотрена ответственность не только для рекламодателя, но также для рекламопроизводителя и рекламораспространителя¹⁵. Таким образом, законодатель ограничил возможность распространения рекламной информации о предоставлении услуг по подготовке и написанию работ, на основании которых оценивается уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности, сторонними лицами.

Хотелось бы отметить, что до введения императивного запрета на рекламу услуг по подготовке и написанию научных работ в различных общественных местах (на подъездах жилых домов и нежилых строений, остановках и даже на рекламных стендах в некоторых городах страны) присутствовала подобного рода реклама. Тем не менее после этого рынок выполнения подобного рода услуг сместился в теневую плоскость, а число авторов и заказчиков работ остается по-прежнему на стабильно высоком уровне.

Огромное количество рекламы услуг по подготовке и написанию научных работ размещается сейчас на специально созданных сайтах в сети Интернет, в социальных сетях и мессенджерах. Как отмечают экономисты, рынок данных услуг в настоящее время вырос настолько, что представлен несколькими ценовыми сегментами (низкий, средний, высокий). Низкий сегмент составляет большую часть данного рынка и представлен более чем 120 компаниями. Точное количество частных лиц, оказывающих услуги по написанию научных работ, установить не представляется возможным. Низкое качество научных работ соответствует дешевизне предоставляемых услуг по их подготовке и написанию.

Пробелы законодательного регулирования и проблемы правоприменительной практики в этом направлении обуславливают распространение такой рекламы через сеть Интернет. Выделим некоторые из них. Так, антимонопольный орган в соответствии с предоставленными Федеральным законом «О рекламе» полномочиями осуществляет государственный надзор за соблюдением законодательства о рекламе и проводит проверки рекламы на соответствие требованиям законодательства Российской Федерации. При этом практика рассмотрения направленных в органы ФАС РФ жалоб граждан на нарушение требований федерального законодательства о запрете рекламы услуг по выполнению и написанию научных работ складывается не в лучшую сторону.

В своих ответах на такие жалобы органы ФАС РФ ссылаются на письмо ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15 «О рекламе в сети “Интернет”». Согласно абзацам 5–6 указанного письма «не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуе-

¹¹ Явинская Ю. В. К вопросу об актуальности гуманитарной экспертизы рекламы // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2015. № 13. С. 125.

¹² URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43694> (дата обращения: 20.11.2022).

¹³ Российская газета. 2006. № 51.

¹⁴ Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации. URL: <https://fas.gov.ru/documents/666244> (дата обращения: 20.11.2022).

¹⁵ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // Российская газета. 2001. № 256.

мых товарах, ассортименте, правилах пользования...»¹⁶, а следовательно, по их мнению, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются. Таким образом, направленные в антимонопольные органы жалобы граждан на нарушение требований закона остаются без удовлетворения. Кроме того, по результатам рассмотрения таких жалоб органы ФАС отказывают в возбуждении дела об административном правонарушении в связи с отсутствием признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Как отмечают исследователи, «главной проблемой при квалификации таких правонарушений является доказательная база»¹⁷.

Подобные ответы и бездействие территориальных органов ФАС РФ, на наш взгляд, порождают формирование нежелательной правоприменительной практики, направленной на ущемление национальных интересов страны, снижают авторитет органов государственной власти и подрывают доверие граждан к их работе. При этом антимонопольные органы не определяют, направлено распространение сведений об услуге по написанию научных работ на формирование интереса потенциальных клиентов или носит сугубо информационный характер. Это влечет субъективизм при принятии решений и последующие ошибки правоприменительных органов.

Помимо того, бывают случаи, когда индивидуальные предприниматели пренебрегают требованиями федерального законодательства и размещают недостоверную рекламу услуг по подготовке и написанию научных работ.

Как отмечается в постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона “О рекламе”»¹⁸, судам при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной необходимо исходить из того, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Так, на одном из сайтов компаний, осуществляющих рекламу услуг по подготовке и напи-

санию научных работ, сообщается: «Магазин полезных услуг И. более 10 лет помогает школьникам и студентам в написании контрольных, курсовых, рефератов и дипломных работ! В ваши сроки и только на отлично!». Гарантия отличной оценки является признаком недостоверной рекламы, так как результат оценивания не зависит от поставщика услуги, а связан непосредственно с образовательной деятельностью и последующей оценкой работы (например, комиссией, научным руководителем). Следовательно, услугодатели вводят в заблуждение своих потенциальных клиентов. Кроме того, в рекламе не раскрывается, в чем именно выражена помощь в написании работы. Достоверной информации об услуге не приводится. Несмотря на это, на сайте компании при оформлении заявки клиенту необходимо указывать срок выполнения работы и ее оригинальность. В этом случае речь идет не о консультировании или помощи в написании работы, а о полном написании работы, что запрещает закон. Это является ярким примером завуалированного способа подготовки и написания научных работ.

К сожалению, правоприменительные органы в ходе проведения своих проверок (в том числе в ходе проверки сайтов, репостов в социальных сетях и т.д.) не устанавливают признаки завуалированной рекламы, не учитывают доказательства, а именно факты, указывающие на выполнение такой научной работы, и используют формальный подход при принятии решений по результатам таких проверок. Таким образом, на различных сайтах, в социальных сетях и мессенджерах любое лицо может разместить информацию об услугах по консультированию обучающихся в написании научных работ, фактически осуществляя деятельность по подготовке и написанию научных работ. Завуалированная реклама во многих случаях является и способом привлечения будущих потенциальных клиентов. Информация о лицах и компаниях, занимающихся деятельностью по выполнению и написанию научных работ, распространяется моментально в кругу обучающихся. Для стимулирования такой активности услугодатели нередко предоставляют скидки тем лицам, которые приводят к ним «друга», т.е. потенци-

¹⁶ Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации. URL: <https://fas.gov.ru/documents/575608> (дата обращения: 20.11.2022).

¹⁷ Филатова В. И. Проблемы правового регулирования рекламы, распространяемой по сетям электро-связи // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 22. С. 815.

¹⁸ Вестник Высшего Арбитражного Суда РФ. 2012. № 12.

ального клиента, используя тем самым один из элементов финансовой пирамиды.

Согласимся с позицией И. С. Иванчика и Ю. И. Чернова, которые полагают, что «для борьбы с незаконной рекламой необходимо наделить правом рассматривать дела о нарушении законодательства о рекламе органы полиции и налоговые органы»¹⁹. Данная мера позволит снизить нагрузку на органы ФАС и обеспечит возможность привлечения к ответственности большего количества правонарушителей. Сейчас из-за отсутствия четко проработанного механизма привлечения к административной ответственности многие организации и частные лица имеют возможность де-факто организовывать противоправный бизнес. Особую тревогу вызывает тот факт, что фирмы и лица, занимающиеся подобного рода незаконной деятельностью, располагаются в непосредственной территориальной близости к образовательным организациям, что существенно вредит системе образования Российской Федерации в целом, и в частности — качеству подготовки студентов.

Хотелось бы отметить и нежелательные последствия заказов таких научных работ для обучающихся. Вследствие того, что договор между услугодателем и заказчиком не заключается либо заключается договор на оказание консультационных услуг, инкриминировать авторам работ и индивидуальным предпринимателям (распространителям таких услуг), например, мошенничество, незаконное предпринимательство практически невозможно из-за отсутствия соответствующих доказательств.

Анализ судебной практики подтверждает нашу позицию о нежелательности заключения обучающимися подобного рода сделок. Так, согласно решению Алапаевского городского суда Свердловской области по гражданскому делу от 27.01.2014 № 2-41/14 по исковому заявлению А. А. Данильченко к ИП Шкляру Д. Л. о защите прав потребителей, компенсации морального вреда, истец заключил договор на оказание возмездных услуг с ответчиком, на основании которого ответчик должен был выполнить дипломную работу. Тем не менее ответчик не смог осуществить выполнение работы в указанный в договоре срок, в результате чего истец был отчислен из образовательной организации.

Суд в ходе судебного заседания признал договор на оказание возмездных услуг, заключенный между А. А. Данильченко и ИП Шкляром Д. Л., недействительным (ничтожным) как сделку, заведомо противную основам правопорядка и нравственности. В удовлетворении требований истцу судом было отказано в полном объеме, а также определено взыскание с истца в доход государства денежных средств, недоплаченных им по договору, а с ответчика — полученных им по договору²⁰.

Помимо этого, на практике складываются и другие нежелательные для обучающихся ситуации. Рассмотрим одну из них. Так, в ходе заключенной сделки заказчик А. должен был уплатить организации Б., занимающейся оказанием услуг по написанию научных работ, определенную сумму денежных средств в два этапа: сначала (после подготовки чернового варианта) внести аванс, оставшуюся часть — после завершения корректировок. Получив от исполнителя черновую работу, обучающийся А. самостоятельно доработал дипломный проект, заявив организации Б., что остаток платить не собирается. В результате возникла конфликтная ситуация, в ходе которой исполнитель обратился с претензией в образовательную организацию, где обучался заказчик, представив в качестве доказательства заключенный договор о написании (подготовке) научной работы — диплома и сам текст черновика с датой и временем пересылки, а также переписку в мессенджере. Таким образом, обучающийся не смог представить квалификационной комиссии диплом, который заказал у организации Б., поскольку тот, по мнению руководства образовательной организации, не являлся оригинальным. Отсюда следует вывод, что последствия для обучающегося в случае нарушения им договора могут быть плачевными, даже если в дальнейшем суд признает сделку недействительной. Наибольший вред подобные конфликты наносят репутации студентов и образовательных организаций.

В то же время основная проблема, по нашему мнению, заключается в сложившейся практике непривлечения территориальными антимонопольными органами к ответственности граждан, должностных и юридических лиц за распространение рекламы услуг по подготовке и написанию научных работ.

¹⁹ Иванчик И. С., Чернов Ю. И. Административная ответственность юридических лиц за нарушение законодательства о рекламе // Эпомен. 2019. № 23. С. 157.

²⁰ URL: <https://sudact.ru/regular/doc/uFHZrsRgyClX/> (дата обращения: 20.11.2023).

В целях противодействия распространению рекламы услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации, считаем необходимым принятие следующих мер:

1. Мы полагаем, что в отдельном письме ФАС РФ должна дать разъяснения своим территориальным органам об обязательности установления признаков рекламы (в том числе в сети Интернет) в ходе проведения проверок по соблюдению Федерального закона «О рекламе» и обоснованного привлечения к административной ответственности граждан, должностных и юридических лиц, осуществляющих рекламу услуг по написанию научных работ.

Отсутствие четкого законодательного закрепления данных признаков в российском законодательстве обусловило обращение к судебной практике, анализ которой позволил их выделить. С учетом этого к признакам рекламы можно отнести следующее:

- рекламная информация должна содержать указание на конкретный объект рекламирования и одновременно привлекать потребителей;
- рекламная информация должна быть адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяемая информация предназначена для поддержания и формирования интереса к товарам и услугам;
- распространяемая информация не является обязательной для распространения;
- распространение рекламы осуществляется с помощью любых средств, форм и способов²¹.

Поддерживая позицию Европейского Суда по правам человека, отражающуюся в его решениях, можно выделить основной квалифицирующий признак рекламной информации, а именно ее коммерческую составляющую²² и платный характер.

2. По нашему мнению, Генеральной прокуратуре Российской Федерации целесообразно дать указание нижестоящим прокуратурам субъектов, городов, районов осуществлять проверки обоснованности (с учетом указан-

ных признаков рекламы) привлечения и не-привлечения антимонопольными органами к административной ответственности граждан, должностных и юридических лиц за рекламу услуг по выполнению и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации.

3. Для выявления признаков завуалированной рекламы предлагаем использовать разъяснение Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ, который указал, что суды, помимо информации о самом товаре, признают иную информацию. К иной относится такая информация, которая ассоциируется у потребителей с товаром, находящимся в обращении. Применительно к проблеме распространения рекламы услуг по выполнению и написанию научных работ антимонопольные органы могут использовать данные социологических опросов обучающихся и преподавателей. Такое доказательство принимается судами как допустимое²³.

4. Необходимо ужесточить административную ответственность за распространение рекламы услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации.

По нашему мнению, ввиду незначительности сумм штрафы, назначаемые гражданам, должностным и юридическим лицам и установленные частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ за распространение рекламы услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации, не помогут добиться реализации цели административного наказания, заключающейся в предотвращении совершения новых правонарушений, а также несоизмерны вреду, причиненному правонарушением.

Полагаем возможным ввести часть 6.1 в ст. 14.3 КоАП РФ и изложить ее в следующей редакции:

6.1. Распространение рекламы услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ,

²¹ Головин А. Ю. Правовое регулирование рекламы в гражданском праве : дис. ... канд. юрид. наук. М., 2002. С. 29–30.

²² Постановление Европейского Суда по правам человека от 25.03.1985 по делу «Бартхольд против Федеративной Республики Германии». Серия А, т. 90. С. 26, п. 28.

²³ Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» // Вестник Высшего Арбитражного Суда РФ. 1999. № 2.

предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации, влечет наложение административного штрафа: на граждан — в размере от сорока тысяч до семидесяти тысяч рублей; на должностных лиц — в размере от семидесяти тысяч до двухсот тысяч рублей; на юридических лиц — от трехсот тысяч до девяти-сот тысяч рублей.

Таким образом, негативные последствия распространения рекламы услуг по выполнению и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации, выражаются в причинении существенного вреда как системе образования страны, так и в целом инте-

ресам государства. Опасность таких последствий особенно проявляется после трудоустройства дипломированных специалистов — выпускников образовательных организаций без соответствующих знаний и профессиональных компетенций. Кроме того, нарушается и конституционное право человека на образование, так как фактически образование становится услугой, которую можно купить у частных лиц. В этой связи научное сообщество, образовательные организации, правоприменительные и законодательные органы государственной власти должны проводить планомерную политику по противодействию распространению рекламы услуг по подготовке и написанию работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Бутаева Е. М. Теоретико-правовые концепты института административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе // Гражданин и право. — 2022. — № 10. — С. 77–80.
2. Головин А. Ю. Правовое регулирование рекламы в гражданском праве : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — М., 2002. — 22 с.
3. Иванчик И. С., Чернов Ю. И. Административная ответственность юридических лиц за нарушение законодательства о рекламе // Эпомен. — 2019. — № 23. — С. 155–161.
4. Миронова А. В., Антонов В. П. Не всё дозволено в рекламе, или Проблемы нарушения российского законодательства о рекламе (на материале региональной рекламной продукции) // Вестник Хакасского государственного университета имени Н.Ф. Катанова. — 2019. — № 3 (29). — С. 81–100.
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — 4-е изд., доп. — М. : ООО «ИТИ Технология», 2007. — 944 с.
6. Репетева О. Е., Малиночка Д. В. Правовые последствия нарушения законодательства о рекламе субъектами предпринимательских отношений // Молодой ученый. — 2020. — № 38 (328). — С. 133–136.
7. Самойлов А. А. Исследование рынка услуг по написанию студенческих работ: анализ сегментов рынка // Universum: психология и образование. — 2019. — № 2 (56). — С. 34–35.
8. Филатова В. И. Проблемы правового регулирования рекламы, распространяемой по сетям электросвязи // Инновации. Наука. Образование. — 2020. — № 22. — С. 814–818.
9. Шестак Л. А. Лингвистическая экспертиза современных рекламных текстов: задачи и решения // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 4 (38). — С. 109–118.
10. Явинская Ю. В. К вопросу об актуальности гуманитарной экспертизы рекламы // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. — 2015. — № 13. — С. 123–130.

Материал поступил в редакцию 29 ноября 2022 г.

REFERENCES

1. Butaeva EM. Teoretiko-pravovye kontsepty instituta administrativnoy otvetstvennosti za narushenie zakonodatelstva o reklame [Theoretical and legal concepts of the Institute of administrative responsibility for violating advertising laws]. *Grazhdanin i pravo*. 2022;10:77-80. (In Russ.).
2. Golovin AYU. Pravovoe regulirovanie reklamy v grazhdanskom prave: avtoref. dis. ... kand. yurid. nauk [Legal regulation of advertising in civil law: Author's Abstract]. Moscow; 2002. (In Russ.).

3. Ivanchik IS, Chernov Yul. Administrativnaya otvetstvennost yuridicheskikh lits za narushenie zakonodatelstva o reklame [Administrative liability of legal entities for violation of advertising legislation]. *Epomen*. 2019;23:155-161. (In Russ.).
4. Mironova AV, Antonov VP. Ne vse dozvoleno v reklame, ili Problemy narusheniya rossiyskogo zakonodatelstva o reklame (na materiale regionalnoy reklamnoy produktsii) [Not all allowed in advertising, or to the problems of violation of the Russian legislation on advertising (by the example of the regional advertising products)]. *Bulletin of Katanov Khakass State University*. 2019;3(29):81-100. (In Russ.).
5. Ozhegov SI, Shvedova NYu. Tolkovyy slovar russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. 4th ed. Moscow: LLC «ITI Technology»; 2007. (In Russ.).
6. Repeteva OE. Pravovye posledstviya narusheniya zakonodatelstva o reklame subektami predprinimatelskikh otnosheniy [Legal consequences of violations of advertising legislation by business entities]. *Moloday ucheniy*. 2020;38(328):133-136. (In Russ.).
7. Samoilov AA. Issledovanie rynka uslug po napisaniyu studencheskikh rabot: analiz segmentov rynka [Research of the market of services by writing student works: analysis of market segments]. *Universum: Psychology and Education*. 2019;2(56):34-35. (In Russ.).
8. Filatova VI. Problemy pravovogo regulirovaniya reklamy, rasprostranyaemoy po setyam elektrosvyazi [Problems of legal regulation of advertising distributed over telecommunication networks]. *Innovations. Science. Education*. 2020;22:814-818. (In Russ.).
9. Shestak LA. Lingvisticheskaya ekspertiza sovremennykh reklamnykh tekstov: zadachi i resheniya [Linguistic expertise of modern advertising texts: problems and solutions]. *Sign: Problematic Field of Media Education*. 2020;4(38):109-118. (In Russ.).
10. Yavinskaya Yu V. K voprosu ob aktualnosti gumanitarnoy ekspertizy reklamy [The question of relevance of the humanity evaluation of advertising]. *PR and Advertising in a Changing World: A Regional Aspect*. 2015;13:123-130. (In Russ.).