

## ЧАСТНО-ПРАВОВЫЕ (ЦИВИЛИСТИЧЕСКИЕ) НАУКИ

### PRIVATE LAW (CIVILISTIC) SCIENCES

Научная статья  
УДК 347.45/.47  
DOI 10.33184/pravgos-2025.4.7

Original article

**КОЛЕСНИЧЕНКО Ольга Викторовна**  
Рязанский филиал Московского  
университета МВД России имени В.Я. Кикотя,  
Рязань, Россия,  
olja\_korn@mail.ru

**KOLESNICHENKO Olga Viktorovna**  
Ryazan branch of the Moscow University of the  
Ministry of Internal Affairs of Russia,  
Ryazan, Russia

## ДОГОВОР О ЛИЧНОМ НАСТАВНИЧЕСТВЕ В ЦИФРОВОЙ ФОРМЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БЛОГЕРОВ

DIGITAL PERSONAL MENTORING AGREEMENT AS A TOOL FOR REGULATING INTERNET  
BLOGGERS' EDUCATIONAL ACTIVITIES

**Аннотация.** Современное интернет-пространство сложно представить без блогеров – активных пользователей социальных сетей, размещающих на своих страницах контент определенной тематической направленности, привлекающих для его изучения и оценки целевую аудиторию (подписчиков). Одним из наиболее популярных видов экономической деятельности блогеров является реализация на платформе блога образовательного контента (онлайн-курсов по саморазвитию, финансовой грамотности и т. п.). Негативную известность данному виду деятельности в правовом поле придает широко распространенная проблема несоответствия между ожиданиями заказчика услуги и содержанием информации, полученной после оплаты доступа к обучающему курсу, способами ее подачи и взаимодействия с исполнителем в ходе обучения. Цель: обосновать оптимальную конструкцию договора, опосредующего реализацию блогерами образовательного контента своим подписчикам, обеспечивающего защиту прав пользователей сети Интернет от обозначенных рисков. Методы: общеправовые методы исследования (материалистический, диалектический) обеспечили возможность рассмотрения социально-экономических процессов, протекающих с участием блогеров в цифровой среде, в их взаимосвязи с современными тенденциями развития гражданского оборота, а также с учетом объективно существующих потребностей в правовом регулировании; с помощью общеправовых

**Abstract.** The current Internet environment is almost unimaginable without bloggers – active social media participants who share content focused on particular topics on their pages, engaging a target audience (subscribers) to view and assess it. One of the most popular types of bloggers' economic activity is the implementation of educational content on the blog platform (online courses on self-development, financial literacy, etc.). The negative legal reputation of this type of activity is largely due to the widespread problem of discrepancy between the client's expectations for the service and the content of the information received after paying for access to the training course, the methods of its delivery, and the interaction with the instructor during the training. Purpose: To substantiate the optimal agreement design for bloggers to deliver educational content to their subscribers, ensuring the protection of Internet users' rights against the identified risks. Methods: General philosophical research methods (materialistic, dialectical) provide the opportunity to examine socio-economic processes involving bloggers in the digital environment, in their interrelation with current trends in civil turnover, and also taking into account the objectively existing needs for legal regulation. Using general scientific methods (logical, systemic structural, axiological), the qualitative features of the relationships between bloggers and subscribers, established on the Internet within the framework of influencers' educational activities, are

методов (логического, системно-структурного, аксиологического) были раскрыты качественные особенности взаимосвязей между блогером и подписчиками, выстраиваемых в сети Интернет в рамках осуществления инфлюенсерами образовательной деятельности, включая их ценностную основу, предпосылки возникновения и специфику развития; комплекс частнонаучных методов (догматический, системный, толкования правовых норм) позволил выявить действительный смысл правовых предписаний, распространяющихся на исследуемые отношения, противоречия между ними и пробелы, требующие устранения. Результаты: обосновано, что характеру возникающих между блогером и подписчиками отношений в большей степени соответствует фидуциарный договор о личном наставничестве в цифровой форме, рассматриваемый как специфическая разновидность договора об оказании услуг. По такому договору наставник (блогер) обязуется действовать в интересах наставляемого (подписчика), предоставляя ему информацию, оказывая помощь и поддержку при постановке и достижении целей личного или профессионального развития. Существенным условием договора о личном наставничестве является форма личного участия наставника в деятельности по постановке и достижению соответствующих целей. Избранные формы, порядок и периодичность взаимодействия с подписчиком должны быть достаточными для того, чтобы осуществляемая исполнителем деятельность подпадала под характеристику непосредственно принимаемых наставником мер по передаче опыта, оказанию помощи и поддержки наставляемому.

**Ключевые слова:** блогер, образовательная услуга, обучающий курс, фидуциарный договор, личное наставничество, цифровая услуга

**Для цитирования:** Колесниченко О.В. Договор о личном наставничестве в цифровой форме как инструмент регулирования образовательной деятельности интернет-блогеров / О.В. Колесниченко. – DOI 10.33184/pravgos-2025.4.7 // Правовое государство: теория и практика. – 2025. – № 4. – С. 66–77.

revealed, including their value basis, prerequisites for their emergence, and specifics of development. A set of specific scientific methods (dogmatic, systemic, interpretation of legal norms) allows for the identification of the true meaning of legal provisions applicable to the studied relations, contradictions between them, and gaps requiring elimination. Results: the author substantiates that the nature of the relations arising between the blogger and subscribers is better suited to a fiduciary agreement for digital personal mentoring, considered as a specific type of agreement for services provision. Under such an agreement, the mentor (blogger) undertakes to act in the interests of the mentee (subscriber), providing him/her with information, assistance and support in setting and achieving goals in the field of personal or professional development. An essential condition of the personal mentoring agreement is the form of mentor's personal participation in the activity of setting and achieving the relevant goals. The chosen methods, sequence, and regularity of engagement with the mentee should be adequate to ensure that the mentor's actions are considered direct efforts in experience transfer, assistance, and support.

**Keywords:** blogger, educational service, training course, fiduciary agreement, personal mentoring, digital service

**For citation:** Kolesnichenko O.V. Digital Personal Mentoring Agreement as a Tool for Regulating Internet Bloggers' Educational Activities. *Pravovoe gosudarstvo: teoriya i praktika* = *The Rule-of-Law State: Theory and Practice*, 2025, no. 4, pp. 66–77. (In Russian). DOI 10.33184/pravgos-2025.4.7.

## ВВЕДЕНИЕ

Современную реальность сложно представить без интернет-блогеров – активных пользователей социальных сетей, размещающих на своих страницах контент определенной тематической направленности, привлекающих для его изучения и оценки целевую аудиторию (подписчиков). Блогерская деятельность напрямую связана с реализацией права свободно искать, получать, передавать

и распространять информацию. Ведение блога предполагает создание и публикацию на персональной странице в социальной сети постов, видеофрагментов и иного пользовательского контента (коротких видео – reels, постов с текстовым содержанием, фото- и видеорядом, stories – постов, размещаемых на короткий срок непосредственно в зоне фото профиля на персональной странице, и др.) с акцентом на личный опыт, основанную на таком опыте «экспертность», позволяющую сформировать

определенный уровень доверия и симпатии к личности и образу жизни блогера, его мнению о событиях или качествах третьих лиц, выбору продуктов, услуг, видов активности.

Очевидно, что без компонента влияния на пользовательскую аудиторию невозможно представить себе ни смысл, ни содержание блогерской деятельности. По этой причине в доктринальных источниках блогеров нередко называют инфлюенсерами (от англ. *influence* – влияние) [1, с. 306; 2, с. 11; 3, с. 139]. В то же время такое влияние оказывается не только с целью общественного признания или самовыражения. Блогеры могут предлагать своим подписчикам определенные продукты или услуги (проверенные блогером, протестированные им на себе), реализуемые ими самими или третьими лицами, привлекать денежные средства на развитие блога и иные цели. В данном контексте наиболее остро встает вопрос о содержании и пределах осуществления экономической деятельности указанных субъектов.

Действующее гражданское законодательство не содержит специальных установлений относительно способов и организационно-правовых форм извлечения дохода инфлюенсерами, а потому основы нормативного правового регулирования возникающих отношений приходится искать в зоне действия норм информационного права. В частности, в п. 1.1 ст. 10.6 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и защите информации»<sup>1</sup> сформулировано требование, согласно которому пользователь социальной сети, создавший персональную страницу и привлекая в качестве подписчиков более десяти тысяч пользователей, обязан пройти регистрацию в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи. При достижении соответствующего числа подписчиков регистрация становится обязательным условием для распространения на странице блога рекламной информации, ссылок для сбора донатов (пожертвований), то есть, в сущности, для осуществления экономической деятельности владельцем такой страницы.

<sup>1</sup> Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (в ред. от 24.06.2025) // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Кроме того, блогер-десятилетиячник обязан определить тип своей экономической деятельности по специально введенным для данной категории субъектов кодам ОКВЭД – в действующей версии классификатора упоминается деятельность по распространению информации (код 70.21.1) и деятельность по распространению рекламы, осуществляемые пользователем социальной сети (код 73.11.1)<sup>2</sup>. В то же время нельзя считать регистрацию в Роскомнадзоре процедурой, направленной на легитимацию особой разновидности субъектов экономической деятельности, поскольку блогерам с меньшим числом подписчиков не запрещается извлекать доход от рекламы, размещенной на личной странице в социальной сети, или получать добровольные пожертвования от пользователей. При этом упомянутые коды ОКВЭД не отражают специфику возникающих в данной области отношений. Инфлюенсер не просто распространяет информацию (в том числе в рекламных целях) наравне с организациями сферы услуг, лицами, создающими персональные страницы для предложения товаров, его целью является привлечение «своей» аудитории для последующего выстраивания имущественных и неимущественных отношений на платформе блога.

С позиции частного правового регулирования интерес, однако, представляет не форма преподнесения информации на странице блога или ее содержание, вероятная вредность и пр., а механизм выстраивания экономических отношений на платформе блога как уже существующей площадки для интернет-коммуникации, характер и содержание возникающих при этом обязательственных связей и их договорное сопровождение. В частности, речь идет о таком весьма популярном направлении, как оказание услуг по прохождению пользователями обучающих курсов, направленных на раскрытие творческого или жизненного потенциала, формирование навыков в сфере финансовой грамотности и ведения бизнеса под руководством блогера, заявляющего о своей «экспертности» в соответствующей области.

<sup>2</sup> Общероссийский классификатор видов экономической деятельности : утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст (в ред. от 09.04.2025) [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163320/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/) (дата обращения: 27.06.2025).

### **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЛОГЕРА: НЕСООТВЕТСТВИЕ ОЖИДАНИЯМ ЗАКАЗЧИКА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ПОТРЕБНОСТИ В ВЫБОРЕ ОСОБОЙ ДОГОВОРНОЙ КОНСТРУКЦИИ**

Определенную известность оказанию блогерами образовательных услуг придает широко распространенная проблема несоответствия между ожиданиями подписчика (заказчика услуги) и содержанием информации, полученной после оплаты доступа к обучающему курсу, способами ее подачи и (или) взаимодействия с исполнителем (блогером) в ходе обучения. Руководствуясь доверием и симпатией к медийной персоне, сформировавшимися в результате ознакомления с материалами блога, демонстрирующими успешность жизненной, финансовой, бизнес- и иной стратегии, заказчик платной услуги нередко сталкивается с тем, что предоставляемые ему «эксклюзивные» сведения в действительности являются общеизвестными или не предполагают вовлеченного участия заявленного «коуча».

Следует обратить внимание на то, что в судебной практике услуги по прохождению обучающих курсов, предлагаемые блогерами, квалифицируются как образовательные, несмотря на то что в силу п. 1 ст. 2 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»<sup>3</sup> образовательной считается деятельность по реализации образовательных программ, соответствующих определенному уровню образования (общее и профессиональное образование, профессиональное обучение, дополнительное образование)<sup>4</sup>. Обоснование такого подхода может быть обнаружено в том, что прохождение обучающего интернет-курса у инфлюенсера не предполагает выдачи документа об образовании или квалификации, однако при согласии

с данным условием заказчика и его стремлении получить доступ к определенной информации и (или) услугам по персональному консультированию считается соответствующим потребностям лица, в интересах которого осуществляется такая «образовательная» деятельность (п. 17 ст. 2 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»).

Вместе с тем при реализации образовательной программы, соответствующей определенному уровню, требования к качеству образования фиксируются в образовательных стандартах, предусматривающих не только перечень формируемых знаний, умений и навыков обучающихся, но и структуру и содержание учебных курсов, требования к организационно-техническим и кадровым условиям и др. Компонент личных потребностей при этом связывается преимущественно с созданием особых условий для успешного освоения образовательной программы отдельными категориями обучающихся (в особенности лицами с ограниченными возможностями здоровья).

При заключении договора об оказании платных образовательных услуг ориентир в виде образовательного стандарта отсутствует, а потому соответствие их критерию качества устанавливается исключительно на основании содержащихся в договоре требований к структуре и содержанию курса, расписанию и форме проведения занятий, количеству и продолжительности индивидуальных консультаций. Показательным в данном контексте является следующий пример из судебной практики.

Истцом был заключен договор об оказании платных образовательных услуг с индивидуальным предпринимателем (ИП), предусматривающий обучение и индивидуальное консультирование по вопросам ведения рекламных страниц пользователей в социальных сетях. В рамках исполнения обязательств по договору исполнитель трижды созванивался с заказчицей по видеосвязи, однако, по ее мнению, предоставленная информация носила общий характер и могла быть получена из открытых источников. Кроме того, заказчица была лишена возможности получения личных консультаций у ответчика, так как имела доступ только в общий чат подписчиков, оплативших образовательные услуги. В связи с отказом от дальнейшего прохождения обучения

<sup>3</sup> Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (в ред. от 23.05.2025) // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

<sup>4</sup> Решение Советского районного суда г. Новосибирска Новосибирской области от 13.10.2023 по делу № 2-1205/2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/%E2%84%96%202-1205|2023/all:1> (дата обращения: 27.06.2025); Решение Лефортовского районного суда г. Москвы по делу № 02-1954/202 [Электронный ресурс]. URL: <https://internet.garant.ru/#/basesearch/N%2002-1954|202/all:2> (дата обращения: 27.06.2025); Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 22.05.2024 № 88-13537/2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/%E2%84%96%2088-13537|2024:0> (дата обращения: 27.06.2025) и др.

истец требовала взыскать с ответчика его стоимость за вычетом фактически понесенных ИП затрат. Расчет таких затрат был произведен исходя из суммы оплаты услуг сторонних исполнителей, привлекавшихся ответчиком для содержательного наполнения курса, составления отчетов и презентаций по нему, ведения чата обучающихся, а также средней стоимости трех индивидуальных консультаций по вопросам создания личного бренда и ведения рекламного аккаунта в социальных сетях.

Оценивая обстоятельства дела, суд исходил из того, что заказчик добровольно приняла на себя условия, предложенные исполнителем, предусматривающие оплату в размере 400 000 рублей, доступ к курсу и проведение индивидуальных консультаций посредством 8 видеозвонков в течение 2 месяцев. Расторжение договора было произведено на основании ст. 32 Закона РФ «О защите прав потребителей»<sup>5</sup> в отсутствие каких-либо нарушений со стороны лица, оказывающего платные образовательные услуги. При таких обстоятельствах истец могла претендовать на возврат части стоимости обучения, пропорциональной объему фактически не оказанных услуг (пяти консультаций) по заключенному с ней договору, поскольку привлечение ответчиком сторонних исполнителей не свидетельствует, что соответствующими расходами в полной мере покрываются затраты ИП на организацию курса. В связи с тем, что указанные средства были перечислены ответчиком в пользу заказчика добровольно, суд отказал в иске<sup>6</sup>.

Стоит заметить, что право на отказ от исполнения договора, направленного на выполнение работ или оказание услуг, в любой момент с момента его заключения закрепляется за потребителем в порядке исключения из правила ст. 310 ГК РФ («Недопустимость одностороннего отказа от исполнения обязательства») исходя из специфики статуса потребителя как слабой стороны в возникающих правоотношениях. В то же время его реализация применительно к договору об оказании

платных образовательных услуг далеко не всегда предполагает правовую возможность возврата части внесенной оплаты. Возврат невозможен, например, если исполнитель докажет, что на момент заявления заказчика об одностороннем отказе от договора такие услуги были оказаны в полном объеме.

Так, например, было отказано в иске подписчику, который приобрел у популярного блогера образовательный курс, однако принял решение отказаться от обучения сразу после предоставления ему доступа к обучающим материалам. Заказчик мотивировал свой отказ тем, что содержание курса не соответствует его ожиданиям, к тому же в нем присутствует ненормативная лексика и иные оскорбительные выражения. Суд встал на сторону блогера – исполнителя образовательной услуги, подчеркнув, что в соответствии с условиями заключенного между сторонами договора образовательная услуга считается оказанной с момента предоставления доступа к методическому пособию и курсу видеолекций. Данные обязательства были выполнены ответчиком в полном объеме<sup>7</sup>.

Как нетрудно заметить, в приведенных примерах претензии заказчиков обращены к содержанию и порядку прохождения обучающих курсов как показателям, позволяющим определить соответствие оказываемой образовательной услуги критерию качества. Ввиду отсутствия обязательных требований к обучающим программам, предлагаемым блогерами, выполнение этого критерия оценивается с опорой на договорные условия, в частности на зафиксированный в договоре порядок предоставления доступа к образовательному контенту и порядок получения образовательной услуги (последний, как правило, предполагает подписание акта приемки непосредственно на этапе получения пользователем учетных данных для ознакомления с материалами курса).

В подобных обстоятельствах неудивительно, что судебная практика не содержит примеров удовлетворения исков подписчиков, воспользовавшихся платными образовательными услугами блогеров, которые основыва-

5 О защите прав потребителей : Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (в ред. от 08.08.2024) // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6 Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 14.08.2024 № 88-17287/2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/N%2088-17287|2024/all:2> (дата обращения: 27.06.2025).

7 Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 11.08.2021 № 88-15388/2021 по делу № 2-3531/2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/N%2088-15388|2021/all:1> (дата обращения: 27.06.2025).

лись бы на ч. 1 ст. 29 Закона «О защите прав потребителей» (данная норма предусматривает возможность снижения стоимости платной услуги при обнаружении ее недостатков или устранения их исполнителем по требованию заказчика). Следовательно, односторонний немотивированный отказ от исполнения договора по ст. 32 упомянутого закона остается единственной правовой возможностью для защиты интересов подписчиков, доверивших свое личное или профессиональное развитие популярному инфлюенсеру.

Еще бóльшую актуальность проблема качества оказываемых блогерами образовательных услуг приобретает постольку, поскольку обращение к образовательному контенту в сети гражданами, имеющими статус индивидуального предпринимателя, в связи с планированием и осуществлением ими предпринимательской деятельности не подпадает под действие специального законодательства о защите прав потребителей. Для данной категории заказчиков образовательных услуг блогеров односторонний отказ от исполнения договора, по общему правилу, недопустим, а при его совершении влечет за собой гражданско-правовую ответственность (возмещение убытков, понесенных исполнителем, согласно ст. 782 ГК РФ). Такая позиция находит поддержку в судебной практике<sup>8</sup>.

Сказанное в данной части позволяет прийти к выводу, что используемая на практике договорная конструкция, опосредующая реализацию блогером образовательного контента, не соответствует особой целевой направленности возникающих отношений. Обращение к обучающим курсам, предлагаемым популярными инфлюенсерами, не является формой реализации потребности в получении профессиональных или образовательных компетенций. Подписчики, приобретая такие услуги, в действительности уплачивают денежные средства за возможность профессионального или личностного роста под руководством блогера, привлечшего внимание пользовательской аудитории благодаря демонстрации успешности своей личной или бизнес-стра-

тегии. При этом ожидается, что блогер будет действовать в роли опытного наставника, принимающего непосредственное участие в развитии личных или профессиональных качеств своего подписчика (заказчика) не только путем предоставления необходимой информации (формирования обучающего курса, предоставления доступа к нему и контроля за выполнением заданий), но и посредством мотивации к достижению поставленных целей, оказания поддержки и практической помощи на основных этапах этого пути. Такие ожидания, как можно убедиться на примерах из судебной практики, не могут быть учтены при реализации конструкции договора об оказании платных образовательных услуг, по которому обязательства исполнителя ограничиваются предоставлением образовательного контента, не подлежащего проверке на соответствие государственным образовательным стандартам.

#### **ЛЕГАЛИЗАЦИЯ БЛОГЕРОВ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПЕРСПЕКТИВНО ЛИ УЖЕСТОЧЕНИЕ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ?**

Наиболее очевидный путь решения исследуемой проблемы связывается с ужесточением государственного контроля за деятельностью блогеров, распространением на оказываемые ими образовательные услуги требования государственных образовательных стандартов. Однако такой вариант подразумевает решение практически невыполнимой задачи по согласованию индивидуальных потребностей потребителей пользовательского контента в сети Интернет и требований к результату освоения образовательной программы, которая не предполагает повышения образовательного уровня (получения образования). Он также сопряжен с явным ограничением договорной свободы, рассматриваемой как возможность субъектов вступать в отношения, опосредуемые не только существующими, но и непоименованными в ГК РФ договорными конструкциями. Наконец, существует риск перевода обучающего контента в разряд развлекательного для ухода от устанавливаемых ограничений.

Легализация блогеров как особой разновидности субъектов экономической деятельности, поддерживаемая многими учеными,

<sup>8</sup> Определение СК по гражданским делам Четвертого кассационного суда общей юрисдикции от 16.02.2023 по делу № 8Г-26460/2022[88-253/2023-(88-30837/2022) [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/doclist/513:1> (дата обращения: 28.07.2025).

также не способна, на наш взгляд, помочь в преодолении сложившейся ситуации. Так, например, отмечается, что в легальном определении блогера следует отразить не только количественный критерий блогерской деятельности (число подписчиков), но и критерий вовлеченности пользователей в коммуникацию на платформе блога. Оценку такой вовлеченности планируется производить исходя из показателя среднемесячной аудитории блога, а также индекса цитируемости (индекса репостов) и положительных реакций (лайков)<sup>9</sup>. Нельзя не отметить, что такое предложение частично исходит из утративших силу положений ст. 10.2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которыми предусматривалось, что владелец сайта (страницы сайта) в сети Интернет признается блогером в том случае, если размещаемой на таком ресурсе общедоступной информации в течение суток фактически обращается более трех тысяч пользователей. В том же ключе исследует блогерскую деятельность целый ряд современных авторов [4, с. 59; 5, с. 92; 6, с. 64].

Думается, с помощью процедуры легитимации можно отследить масштаб, а не содержание и тем более качество экономической деятельности блогеров. Масштаб же важен преимущественно при реализации права на меры государственной поддержки и выборе режима налогообложения (подобно тому как установленные законодательством предельные значения прибыли предпринимателя служат критерием для отнесения его к субъектам малого или среднего бизнеса с соответствующими правовыми последствиями). Неслучайно, например, Д.М. Костин, настаивая на легитимации блогеров, связывает преимущества такого решения в первую очередь с достижением целей публично-правового регулирования – обеспечением контроля за контентом, распространяемым в сети Интернет, экономической стабильности в государстве, выработкой четких правил для блогеров [7, с. 12].

<sup>9</sup> Ключевская Н. Закон о блогерах: предложения по правовому регулированию блогосферы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/news/1636883/> (дата обращения: 27.06.2025).

## **ФИДУЦИАРНЫЙ ХАРАКТЕР ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ БЛОГЕРОМ И ПОДПИСЧИКОМ. ДОГОВОР О ЛИЧНОМ НАСТАВНИЧЕСТВЕ В ЦИФРОВОЙ ФОРМЕ КАК ОПТИМАЛЬНАЯ ДОГОВОРНАЯ КОНСТРУКЦИЯ, ОПОСРЕДУЮЩАЯ РЕАЛИЗАЦИЮ БЛОГЕРАМИ ОБУЧАЮЩЕГО КОНТЕНТА**

Следует полагать, что договорная конструкция, сопровождающая и обслуживающая в правовом поле те или иные виды гражданско-правовых отношений, должна соответствовать их существу и характеру, отражать особенности их возникновения и развития, а также целевую направленность. Специфика возникновения и развития отношений по поводу оказания образовательных услуг в блогосфере состоит в том, что заключению договора предшествует определение целевой аудитории (подписчиков), установление блогером круга лиц, симпатизирующих ему лично и (или) формируемому потребителю контенту (способу подачи и содержанию публикуемой информации), жизненным ценностям, профессиональным достижениям, убеждениям, методам ведения бизнеса или построения семейных отношений и т. п.

В данном контексте нельзя не согласиться с утверждением, что инфлюенсер в своей деятельности не просто отвечает на запрос аудитории, создавая и преподнося в определенной форме интересующую ее информацию, а является субъектом, продуцирующим новые социально-культурные ценности, находящие своих последователей благодаря возможностям цифровой среды [8, с. 28]. Однако блогерство оказывает влияние не только на формирование общественного мнения.

Ведение блога предусматривает публикацию информации в формате личного дневника, содержащего сведения об обстоятельствах своей жизни и жизни своей семьи, профессиональной (предпринимательской или иной) деятельности, мнения и суждения по поводу таких обстоятельств, а также социально-экономических, политических и культурных процессов, происходящих в мире. Одной из важнейших черт таких отношений является активное использование инструментов обратной связи с подписчиками (лайков, репостов, комментариев, сообщений), позволяющих ин-

флюенсеру определять степень охвата пользовательской аудитории, оценивать реакцию на тот или иной материал и корректировать на основе такой оценки проблематику дальнейших публикаций.

Характерной особенностью развития современной блогосферы является сочетание профессионального пользовательского контента и пользовательского контента личного характера, посвящающего подписчиков в повседневную жизнедеятельность блогера, область его эмоциональных переживаний и взаимоотношений с родственниками и друзьями. В результате такого подхода между блогером и подписчиком формируются особые отношения, отличающиеся признаками близости или даже семейственности, выражением чувства доверия как внутренней убежденности в искренности инфлюенсера, поддержки его взглядов, форм личной или профессиональной активности. Неслучайно популярные блогеры называют своих подписчиков «семьей» [9, с. 2]. В случае, когда блогер намеренно формирует у заказчика образовательных услуг ложное представление о том, что прохождение обучения гарантированно повысит его доход, решит проблемы в личной жизни и т. п., может ставиться вопрос о наличии в действиях инфлюенсера мошенничества – деяния, совершаемого посредством злоупотребления доверием.

В описываемом контексте оказание блогером образовательных услуг своим подписчикам оценивается ими как форма удовлетворения потребности в личном наставничестве, оказания содействия в достижении индивидуальных целей в области личной, профессиональной, семейной, общественной жизни. Опосредующий такие отношения договор, с учетом его целевой направленности и характера взаимоотношений сторон, может быть определен как договор о личном наставничестве.

В действующем гражданском законодательстве конструкция договора данного рода, разумеется, не зафиксирована, однако вряд ли можно говорить о том, что договоры, основанные на доверии, являются новшеством для цивилистической доктрины и права. Такие договоры именуются фидуциарными (лат. *fiducia* – доверие) и в качестве своих базовых характеристик предполагают, что действия фидуциара (обязанной сто-

роны) осуществляются в целях наилучшего обеспечения интересов другой стороны (бенефициара). Утрата лично-доверительных отношений между фидуциаром и бенефициаром позволяет расторгнуть заключенный договор в любой момент без неблагоприятных последствий (при условии оплаты фактически понесенных расходов).

Фидуциарный характер в настоящее время общепризнанно имеет договор поручения, что обуславливается, во-первых, возможностью одностороннего отказа от надлежащего исполнения обязательств по такому договору; во-вторых, опциональным характером условия о вознаграждении в нем (ввиду лично-доверительных связей сторон такое вознаграждение, по общему правилу, не выплачивается) [10, с. 234]. В судебной практике лично-доверительный характер признается также за договором пожизненного содержания с иждивением, что, однако, связывается не с упрощенным порядком его расторжения, а со спецификой установления обстоятельств, свидетельствующих о существенном нарушении со стороны плательщика ренты<sup>10</sup>. Фидуциарность может относиться и к договору дарения – в той части, в которой предпосылки его заключения обнаруживаются в области личных отношений между субъектами<sup>11</sup>. В то же время о доверительном характере такого договора в некоторой степени может свидетельствовать то, что действующее законодательство (п. 2 ст. 578 ГК РФ) допускает отмену дарения в случае ненадлежащего обращения одаряемого с подаренной вещью, представляющей для дарителя большую неимущественную ценность. В некотором роде такое поведение может оцениваться как влекущее за собой утрату доверия дарителя.

Относительно договора доверительного управления имуществом аргументом против

10 См., например: Апелляционное определение Самарского областного суда от 17.12.2018 по делу № 33-15103/2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/%E2%84%96%2033-15103|2018/all:1> (дата обращения: 27.06.2025); Кассационное определение Московского городского суда от 24.12.2013 № 4г/2-10933/13 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/4%D0%B3%7C2-10933|13/all:3> (дата обращения: 27.06.2025).

11 Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 10.12.2021 № Ф09-2106/21 по делу № А76-40953/2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://ivo.garant.ru/#/basesearch/%D0%9076-40953|2019/all:4> (дата обращения: 27.06.2025).

включения его в число фидуциарных является то, что личность управляющего, как и личный характер отношений сторон, не имеет правового значения при его заключении и исполнении [11, с. 29]. С позиции противоположного подхода «доверительность» в данном договоре означает, что управляющий обязан проявлять заботу в отношении переданного ему имущества, принимать решение о его использовании наиболее выгодным для учредителя управления или выгодоприобретателя способом [12, с. 12]. Именно в контексте принятия/непринятия наилучших мер категория «фидуциарная ответственность» исследуется в настоящее время применительно к корпоративным отношениям [13, с. 265; 14, с. 30; 15, с. 34].

В целом фидуциарный характер чаще всего приписывается именно посредническим договорам. При этом отмечается, что доверие между сторонами фидуциарного договора поручения является настолько полным, что личность доверителя при его заключении как бы растворяется в личности поверенного, который при осуществлении возложенных на него полномочий обязан руководствоваться волей доверившегося ему лица и проявлять обычно свойственные таковому осмотрительность и расчетливость [16, с. 9]. Представляется, однако, что такой подход несколько упрощает и одновременно сакрализует рассматриваемые отношения, поскольку поручительство, как и прочие разновидности посреднических договоров (агентирования, комиссии), не предполагает создания нового субъекта права, по аналогии с юридическим лицом. Более того, привлечение поверенного (равно как и доверительного управляющего) нередко приобретает смысл как раз благодаря тому, что фидуциар располагает большими возможностями, знаниями, умениями, навыками и т. п. для совершения тех или иных действий в интересах и для большей выгоды бенефициара.

За рубежом, в особенности в странах англосаксонской правовой семьи, свойство фидуциарности исследуется в первую очередь применительно к корпоративным связям, в которых конструкция фидуциарных обязанностей обеспечивает установление и соблюдение стандартов управления корпорациями, а также привлечение к ответственности недобросовестных управляющих. В то же время представ-

ляет интерес, что это свойство определяется как возможность одной стороны в правоотношениях оказывать влияние на действия другого субъекта, в том числе давать ему обязательные к исполнению указания и советы [17, р. 76].

С учетом приведенных характеристик, можно заключить, что фидуциарность договора предполагает не только установление особых лично-доверительных отношений сторон на этапе, предшествующем его заключению, но и непосредственно вытекающую из такой характеристики обязанность фидуциара действовать в целях наилучшего обеспечения интересов другой стороны (бенефициара), получения последним выгоды в предусмотренных договором формах. При такой трактовке главной характеристикой фидуциарного договора является не сама по себе посредническая деятельность фидуциара, а наличие особых лично-доверительных отношений между сторонами, в силу которых выполнение тех или иных прав и обязанностей в принципе становится возможным только потому, что предполагается: что бы ни делал фидуциар, он всегда действует для того, чтобы улучшить положение бенефициара, к которому испытывает симпатию, проявляет заботу и т. п.

В отношениях по реализации блогером образовательного продукта достаточно четко прослеживается предварительный этап взаимодействия с подписчиками, на котором устанавливаются такие доверительные связи, определяется круг лиц, разделяющих внутренние убеждения блогера, его образ жизни и (или) стремящихся к приобретению собственных ему личных или профессиональных качеств. Эта специфика позволяет обратить внимание и на особенности субъектного состава заключаемого договора: в качестве заказчика по нему выступает подписчик, принявший решение о приобретении соответствующего контента по результатам ознакомления с материалами блога, демонстрирующими успешность непосредственно реализуемой блогером (исполнителем) жизненной, финансовой, бизнес- и иной стратегии; исполнителем является лицо, транслирующее на платформе своего блога информацию о такой стратегии в режиме онлайн-дневника.

Однако было бы неверным считать, что лишь на этапе, предшествующем заключению

договора, имеет значение и прослеживается элемент доверия между указанными субъектами. В отличие от договора поручения в договоре, направленном на реализацию блогером образовательного контента, эта характеристика относится не столько и не только к допустимости совершения фидуциаром отдельных действий в интересах бенефициара (выполнению поручения), но и к самой возможности выступать в качестве исполнителя в той мере, в которой наставничество представляет собой особую форму лично-доверительных отношений, предполагающих не только передачу знаний и опыта наставляемому, но и раскрытие его профессионального или личностного потенциала, оказание поддержки при постановке индивидуальных целей и деятельности, направленной на их достижение [18, с. 85].

Утрата доверия к фигуре наставника делает невозможным сохранение договорных связей на любом этапе их развития. При этом наиболее проблематично сохранить доверие именно при взаимодействии в цифровой среде, а не в офлайн-формате, поскольку коммуникация с применением современных информационно-телекоммуникационных технологий стирает грани между личным участием и простым размещением информации (обучающего контента). Ввиду указанных причин принципиальным здесь является определение форм личного участия наставника в деятельности по постановке и достижению личных или профессиональных целей. Такие формы, порядок и периодичность их использования (например, звонки в мессенджере или с помощью сервисов видеосвязи, письма по электронной почте и т. п.) должны быть достаточными, чтобы осуществляемая исполнителем деятельность подпадала под характеристику непосредственно реализуемых им мер по передаче опыта, оказанию помощи и поддержки при постановке и достижении целей в области личностного или профессионального роста и развития.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сказанное в целом позволяет утверждать, что характеру возникающих отношений в большей степени соответствует фидуциарный договор о личном наставничестве в цифровой форме, рассматриваемый в качестве

специфической разновидности договора об оказании услуг. В рамках такого договора наставник (блогер), реализующий свою услугу в цифровой форме на платформе блога, обязуется действовать в интересах наставляемого (подписчика), предоставляя ему информацию, оказывая помощь и поддержку при постановке и достижении целей в области личностного или профессионального роста и развития. Наставляемый, в свою очередь, обязуется произвести оплату услуг, выполнять задания наставника и следовать его рекомендациям.

Специфику такого договора составляют целевая направленность, субъектный состав и форма реализации (в цифровой среде). Целью договора о личном наставничестве в цифровой форме является предоставление наставляемому (подписчику) возможности профессионального или личностного роста и развития под руководством блогера, оказывающего ему помощь и поддержку при постановке и достижении поставленных целей в избранном направлении. В качестве наставляемого (заказчика) по такому договору выступает подписчик, принявший решение о приобретении соответствующего контента по результатам ознакомления с материалами блога, демонстрирующими успешность непосредственно реализуемой блогером (наставником) жизненной, финансовой, бизнес- и иной стратегии; наставником (исполнителем) является лицо, транслирующее на платформе своего блога информацию о такой стратегии в режиме онлайн-дневника (блогер). Реализация в цифровой среде предполагает, что размещение информационного контента осуществляется на платформе блога или иным способом в сети Интернет, коммуникация наставника с наставляемым осуществляется с использованием современных информационно-телекоммуникационных технологий (посредством обмена сообщениями и информацией на платформе блога, в формате видеозвонков, выполнения заданий с обратной онлайн-связью и т. п.).

Существенным условием договора о личном наставничестве является форма личного участия наставника в деятельности по постановке и достижению соответствующих целей (может выражаться, в частности, в обращении пользователя к созданному лично блогером обучающему контенту, в собственноручной

проверке и комментировании наставником хода выполнения заданий, в возможности обращения за персональной консультацией и т. п.). Такие формы, порядок и периодичность их использования должны быть достаточными для того, чтобы осуществляемая исполнителем деятельность подпадала под характеристику непосредственно предпринимаемых им мер по передаче опыта, оказанию помощи и поддержке наставляемому.

Доверительный характер возникающих отношений предполагает возможность любой из сторон отказаться от исполнения договора без возмещения убытков независимо от правового статуса наставляемого – заказчика (в таком качестве может выступать в том числе и физическое лицо – индивидуальный предприниматель). Немотивированный односторонний отказ наставляемого от исполнения договора с возвратом полной стоимости по договору при этом должен быть

доступен, если им не задействована ни одна из предусмотренных договором форм личного участия наставника. В иных случаях при учете фактически понесенных исполнителем расходов следует оценивать количество и продолжительность взаимодействий между блогером и подписчиком.

Внедрение конструкции договора о личном наставничестве в цифровой форме предполагает значительное повышение требований к качеству образовательного продукта, предлагаемого блогерами, и в целом к содержанию экономической деятельности указанных субъектов. Однако представляется, что такая мера может быть поддержана блогерским сообществом, в том числе без сопутствующих законодательных изменений, как инструмент, который позволяет повысить уровень лояльности пользовательской аудитории, а значит, увеличить число подписчиков и совокупный доход инфлюенсера.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ильина И.А. Инфлюенс-маркетинг как социальная технология продвижения образовательных услуг / И.А. Ильина, Б.С. Десятков, И.К. Струлев // Социология и право. – 2022. – Т. 14, № 3. – С. 306–317.
2. Короткова Е.А. Правовой статус инфлюенсеров как субъектов экономической деятельности в России и за рубежом / Е.А. Короткова // Право и экономика. – 2021. – № 12 (406). – С. 11–16.
3. Саламова З.К. Модные блогеры как селебрити-эксперты в русскоязычных социальных медиа / З.К. Саламова // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2021. – № 9. – С. 139–156.
4. Арсланов К.Т. Правовые аспекты цифровизации общественных отношений: блогеры и блогерская деятельность / К.Т. Арсланов // Вестник Университета управления «ТИСБИ». – 2022. – № 2. – С. 59–71.
5. Каджаметова Т.Н. Проблемы налогообложения доходов пользователей социальных сетей / Т.Н. Каджаметова // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2020. – № 3. – С. 92–96.
6. Лаврова А.А. «Закон о блогерах»: правоприменительная практика / А.А. Лаврова // Проблемы современной экономики и прикладные исследования : сборник статей. – Владимир : Аркаим, 2021. – С. 64–67.
7. Костин Д.М. Необходимость легализации деятельности блогеров в России / Д.М. Костин // Научный журнал. – 2023. – № 1 (66). – С. 12–18.
8. Лескова Ю.Г. Правовое обеспечение безопасности деятельности блогеров как субъектов предпринимательских отношений / Ю.Г. Лескова // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2024. – № 6. – С. 28–33.

## REFERENCES

1. Ilyina I.A., Desyatov B.S., Strulev I.K. Influence Marketing as a Social Technology for the Promotion of Educational Services. *Sociology and Law*, 2022, vol. 14, no. 3, pp. 306–317. (In Russian).
2. Korotkova E.A. The Legal Status of Influencers as Subjects of Economic Activity in Russia and Abroad. *Law and Economics*, 2021, no. 12 (406), pp. 11–16. (In Russian).
3. Salamova Z.K. Fashion Bloggers as Celebrity Experts in Russian-Spoken Segment of Social Media. *RSUH/ RGGU Series: Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies*, 2021, no. 9, pp. 139–156. (In Russian).
4. Arslanov K. Legal Aspects of Digitizing of Public Relations: Bloggers and Blogging Activities. *TISBI University "Bulletin"*, 2022, no. 2, pp. 59–71. (In Russian).
5. Kadzhametova T.N. Social Networks Users' Income Taxation Issues. *Scientific Notes of the Crimean Engineering and Pedagogical University*, 2020, no. 3, pp. 92–96. (In Russian).
6. Lavrova A.A. "The Law on Bloggers": Law Enforcement Practice. *Problems of Modern Economics and Applied Research. Collection of Articles*. Vladimir, Arkaim Publ., 2021, pp. 64–67. (In Russian).
7. Kostin D.M. The Need to Legalize Bloggers' Activities in Russia. *Scientific Journal*, 2023, no. 1 (66), pp. 12–18. (In Russian).
8. Leskova Yu.G. Legal Security of Bloggers' Activities as Subjects of Business Relations. *Laws of Russia: Experience, Analysis, Practice*, 2024, no. 6, pp. 28–33. (In Russian).

9. Сладкоедова И.А. Речевое вовлечение в Интернет-коммерции на русском и китайском языках (на материале игровых блогов) / И.А. Сладкоедова, С.В. Оленев, Е.Е. Рынзина // *Международный научно-исследовательский журнал*. – 2024. – № 12 (150). – С. 1–6.
10. Зорин В.С. Понятие и содержание фидуциарных правоотношений / В.С. Зорин // *Вестник гражданского права*. – 2024. – № 2. – С. 220–241.
11. Михеева Л.Ю. Доверительное управление имуществом / Л.Ю. Михеева; под ред. В.М. Чернова. – Москва: Юристъ, 1999. – 176 с.
12. Емелькина И.А. Проблемы соотношения вещного права с конструкцией «управление чужим имуществом» / И.А. Емелькина // *Гражданское право*. – 2021. – № 6. – С. 12–17.
13. Андреев В.К. Корпоративное право современной России: монография / В.К. Андреев, В.А. Лаптев. – Москва: Проспект, 2023. – 432 с.
14. Горева А.А. Договор простого товарищества и его виды: российское право в сравнительно-правовом аспекте / А.А. Горева // *Вестник гражданского права*. – 2020. – № 6. – С. 30–66.
15. Сайфуллин Р.И. Внедоговорный залог: оптимальная модель регулирования / Р.И. Сайфуллин // *Вестник экономического правосудия Российской Федерации*. – 2020. – № 10. – С. 34–78.
16. Белоусова Е.В. Правовое регулирование фидуциарных договоров по гражданскому праву России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. – Владикавказ, 2011. – 22 с.
17. Lau M.W. The Economic Structure of Trusts: Towards a Property-based Approach / M.W. Lau. – Oxford; New York: Oxford University Press, 2011. – 230 p.
18. Урмина И.А. Наставничество, его значение в истории и современности / И.А. Урмина, Н.Н. Горелова // *Социальная политика и социология*. – 2010. – № 7. – С. 85–94.
9. Sladkoedova I.A., Olenev S.V., Rynzina E.E. Speech Engagement in Internet Commerce in Russian and Chinese (on the Material of Game Blogs). *International Research Journal*, 2024, no. 12 (150), pp. 1–6. (In Russian).
10. Zorin V.S. The Concept and Substance of Fiduciary Legal Relationships. *Civil Law Review*, 2024, no. 2, pp. 220–241. (In Russian).
11. Mikheeva L.Yu.; Chernov V.M. (ed.). Trust Management of Property. Moscow, Jurist Publ., 1999. 176 p.
12. Emelkina I.A. Problems of the Correlation Between a Proprietary Right and the “Management of Other Person’s Property” Structure. *Civil Law*, 2021, no. 6, pp. 12–17. (In Russian).
13. Andreev V.K., Laptev V.A. Corporate Law of Modern Russia. Moscow, Prospekt Publ., 2023. 432 p.
14. Goreva A.A. Agreement of Simple Company and its Types: Russian Law in a Comparative Legal Aspect. *Civil Law Review*, 2020, no. 6, pp. 30–66. (In Russian).
15. Sayfullin R. Non-Consensual Lien: Optimal Regulation Model. *The Herald of Commercial Justice of Russia*, 2020, no. 10, pp. 34–78. (In Russian).
16. Belousova E.V. Legal Regulation of Fiduciary Agreements Under the Civil Law of Russia. *Cand. Diss. Thesis*. Vladikavkaz, 2011. 22 p.
17. Lau M.W. The Economic Structure of Trusts: Towards a Property-based Approach. Oxford University Press Publ., 2011. 230 p.
18. Urmina I.A., Gorelova N.N. Mentoring, its Significance in History and Modernity. *Social Policy and Sociology*, 2010, no. 7, pp. 85–94. (In Russian).

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Колесниченко Ольга Викторовна – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры государственных и гражданско-правовых дисциплин.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Kolesnichenko Olga Viktorovna – Candidate of Sciences (Law), Docent, Associate Professor at the Department of State and Civil Law Disciplines.

Статья поступила в редакцию 02.10.2025; одобрена после рецензирования 28.10.2025; принята к публикации 28.10.2025. The article was submitted 02.10.2025; approved after reviewing 28.10.2025; accepted for publication 28.10.2025.