

УДК 659.1

Волощук Анна Станиславовна, магистр, 1 курс, Институт «Таврическая академия», ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

e-mail: marwianna@mail.ru

Научный руководитель: Соколова Жанна Владимировна: канд. ист. наук, доцент каф. Управления документами, архивами и организации работы с молодежью, Институт «Таврическая академия», ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

e-mail: jcokol@mail.ru

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ В 2025 ГОДУ

Аннотация: статья посвящена тенденциям нормативно-правового регулирования интернет-рекламы в 2025 г. на территории России. Прослежена необходимость принятия соответствующих документов в рамках криптовалютной и блогерской сферах. Изучен опыт использования искусственного интеллекта (далее ИИ) и сделан вывод о роли информационных технологий в сфере принятия законодательных актов, регулирующих рассматриваемую проблему.

Ключевые слова: интернет-реклама, Social Media Marketing, маркетинг, нормативно-правовая документация.

Voloshchuk Anna Stanislavovna, 1th year, master, Institute «Tavricheskaya Academy», Federal Steate Autonomous Educational Institution of Higher Education «V.I. Vernadsky Crimean Federal Universiti»

Scientific supervisor: Sokolova Zhanna Vladimirovna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Document, Archives Management and Organization of Work with Youth, Institute «Tavricheskaya

TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF REGULATORY REGULATION IN ONLINE ADVERTISING IN 2025

Annotation. The article is devoted to the trends in the regulatory regulation of Internet advertising in 2025 in the country. The necessity of adopting relevant documents within the framework of the cryptocurrency and blogging spheres has been traced. The experience of using artificial intelligence (hereinafter AI) has been studied and a conclusion has been made about the role of information technology in the adoption of legislative acts regulating the problem under consideration.

Keywords: online advertising, Social Media Marketing, marketing, regulatory documentation.

Рынок интернет-рекламы активно развивается на мировых и российских площадках. Изменение маркетинговых подходов связано со стремительным техническим развитием, что повлекло за собой усиление цифровизации и, как следствие, рост конкуренции среди бизнесов различных уровней. Искусственный интеллект, машинное обучение, замена человеческого труда роботами, последние достижения в области науки и техники позволяют создавать персонализированные и эффективные маркетинговые компании. Укрепляет позицию рост цифровых каналов и увеличение пользователей мобильных устройств. Креативность и инновации, новые способы взаимодействия с клиентами необходимы в конкурентном мире, так как потребителя следует завоевать. И ведение социальных сетей (далее Social Media Marketing – SMM) – главный инструмент для повышения имиджа и увеличения прибыли.

Актуальность сферы интернет-рекламы и необходимость грамотного нормативно-правового регулирования отражают статистические данные. Рынок

SMM в Российской Федерации в 2024 г. сравнялся с медийной рекламой и стал единственным сегментом в digital-рекламе с ускоряющимся ростом, увеличившись на 35% до 65,4 млрд. руб. Оригинальный контент – база роста SMM по данным исследователей «Родная речь» рекламный рынок в 2025 г. может вырасти на 23–42% до 1,4–1,6 трлн. руб. [1].

Цель работы: изучив тенденции нормативно-правового регулирования рынка интернет-рекламы в 2025 г. и их составляющие, рассмотрев Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации» и Проект Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные Акты Российской Федерации», сделать вывод о цифровизации и значимости процесса повышения прозрачности онлайн-пространства.

Задачи: определить актуальность темы исследования; изучить поправки в Федеральном законе от 08.08.2024 № 221 «О внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации»; обозначить необходимость введения Проекта Федерального закона от 09.08.2024 г. № 647048-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные Акты Российской Федерации»; сделать вывод о цифровизации и значимости процесса повышения прозрачности онлайн-пространства на территории Российской Федерации.

Объект исследования: интернет-реклама.

Предмет исследования: нормативно-правовая документация, регулирующая интернет-рекламу.

Важными поправками в нормативно-правовой сфере стали Федеральный закон от 08.08.2024 № 221 «О внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации» и Проект Федерального закона от 09.08.2024 г. № 647048-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные Акты Российской Федерации».

Изменения с 19 августа 2024 г., касаются сферы цифровых финансовых активов (далее ЦФА) и их рекламирования. Вступает в силу Федеральный закон от 08.08.2024 № 221 «О внесении изменений в отдельные акты

Российской Федерации». Введены новые положения, по которым бизнесу запрещено рекламировать или иным способом продвигать криптовалюту для неограниченного круга лиц. За последний год индустрия активно вышла на Telegram площадку, порождая схемы неконтролируемых криптовалютных операций.

Согласно ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» новые объекты рекламирования, реклама которых не допускается:

«1) Цифровые валюты, а также товаров (работ, услуг) в целях организации обращений и (или) обращения цифровой валюты;

2) Цифровых финансовых активов, указанных в ч. 1.1. ст. 3 Федерального закона от 31.07.2020 г. № 259 «О цифровых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [5].

В вышеназванной статье упоминается о цифровых финансовых активах, приобретение которых возможно только индивидуальными предпринимателями (далее ИП) и (или) юридическими лицами, соответствующих определенным критериям, что устанавливается решением о выпуске конкретного ЦФА.

Таким образом, данными поправками был введен императивный запрет на рекламу любых цифровых финансовых активов и сервисов, построенных на их использовании. Криптообменники, криптокошельки и конференции, публичные мероприятия, блоги в сфере и т.д. стали не законными. Платформы, транслирующие рекламу, должны обозначить в своих правилах допустимый перечень информации и сведений, связанных с ЦФА. Примером служит «Яндекс», опубликовавший 14 август 2024 г. «Новые правила рекламы криптовалюты в Директе». Запрет коснулся обменников электронных валют (криптовалют и их бирж, инвестирования; блокчейнов и смарт-контактов и т.д.). В случае неисполнения реклама и весь сопровождающий деятельность материал будут заблокированы [2].

Поправки направлены на защиту пользователей и исключения неверной информации с интернет-пространства. Рынок криптовалюты в РФ тормозится, предотвращая расширение и начиная предпосылку жесткого государственного регулирования.

Говоря о блогерах, следует отметить, что тенденция на востребованность рекламирования продуктов и государственных проектов как в блогах крупных миллионников, так и микро-инфлюенсеров, селебрити растет. Необходимость законодательного регулирования данной отрасли очевидна.

Проект Федерального закона от 09.08.2024 г. № 647048-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные Акты Российской Федерации» вступает в силу 1 ноября 2024 г., обязывающий блогеров с аудиторией от 10 тыс. человек сообщать данные в Роскомнадзор. Требования коснутся корпоративных аккаунтов компаний, ИП, блогеров с личными страницами. Сроки зависят от количества подписчиков профиля. Если на момент 1 ноября 2024 г. на странице более 10 тыс. человек, то требования направляются с 1 ноября до 31 декабря 2024 г. В ином случае – в течение 10 рабочих дней с момента достижения такой цифры на странице. В реестр Роскомнадзора включены: «ВКонтакте», Telegram, Yappy, «Одноклассники», «Пикабу», Rutube, «Дзен», Lake, Twitter, TikTok, YouTube, Pinterest, Discord, LaveJournal, Twitch. Данные отправляются через сайт или электронную почту контролирующей организации. После служба спустя неделю обязана проверить их достоверность и подтвердить в течение трёх дней о решении включении страницы в реестр. Три дня дается на уведомление владельца.

Единые сведения для всех случаев – полное наименование профиля и ссылка на него. Перечень информации о ИП или корпоративных аккаунтах зависит от гражданства и правового статуса. Для физлиц: ФИО, номер телефона, электронная почта, которая использовалась при создании. Для иностранцев добавляется страна проживания. Юридические лица обязаны предоставлять: название организации, организационно-правовую форму, регистрационный номер. Индивидуальные предприниматели: ФИО,

регистрационный номер для российских компаний. Для иностранных: название страны, регистрация, налоговой идентификатор в торговом реестре страны регистрации. Необходимо передавать IP-адрес компьютера, сведения об администраторах, где страница была зарегистрирована и осуществляется ее ведение. При изменении владелец страницы обязан сообщить об этом Роскомнадзору. С 1 января 2025 г. пользователи, не предоставившие данные в реестр, блокируются [3].

Таким образом, принятие нормативно-правовых актов является важным фактором на пути к открытости и законности интернет-пространства. Поправка позволит раскрыть информацию, в том числе о владельцах Telegram -каналов, на которые приходится большой процент мошеннических схем. С юридической стороны существует множество вопросов, касаемых видов страниц, относящихся к персональным или коммерческим, а также подходящих под определенную персонализацию. Следовательно, проект следует доработки и пояснений.

Подведем итог. В 2025 г. интернет-маркетинг будет меняться из-за глобальных и локальных факторов. Данный процесс потребует адаптации к новым инструментам, а искусственный интеллект и автоматизация станут руководить изменениями в законодательстве. Особое внимание уделяется отечественным платформам. С помощью крупных российских нейросетей (Кондинский, Шедеврум) возможна генерация текста, изображений, музыки, видео. Что оптимизирует работу и продвигает продукт на интернет-пространстве, помогая бизнесу соответствовать индивидуальному и креативному контенту. Возрастание юридической ответственности является трендом в ближайшие пять лет. Федеральные законы в рамках защиты персональных данных, использования нейросетей и регулирования рекламных интеграций станут главными при работе маркетолога. По статистике за 2024 г. общая сумма штрафов за нарушение маркировки составила 21 млн. руб., лидерами которых стали публикации в Telegram, YouTube и запрещенных соцсетей в России [4].

Вышеуказанные тенденции подчёркивают, что специалистам для сохранения многопрофильности и во избежание получения штрафов необходимы знания нормативно-правовой базы. Россия действует на рынке в условиях санкций, проведения Специальной военной операции, что делает страну изолированной от крупных игроков рынка на мировом пространстве. Следует адаптировать законодательство и делать отечественную интернет-среду независимой и конкурентноспособной. Создать свое комьюнити и вывести страну на новый уровень.

Список литературы:

1. Тренды digital-маркетинга: сайт. – Текст: электронный. // TexTerra брендформанс-агентство. – 2024. – URL: <https://texterra.ru/blog/trendy-digital-marketinga-kak-ikh-ispolzovat-dlya-vedeniya-biznesa.html> (дата обращения 23.10.2025).
2. Решения Яндекс Рекламы: сайт. – Текст: электронный // Яндекс Реклама. – 2024. – URL: <https://yandex.ru/adv/news/novye-pravila-reklamy-kriptoalyuty-v-direkte> (дата обращения: 23.10.2024).
3. Проект Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные Акты Российской Федерации»: Федеральный закон от 09.08.2024 г. № 647048-8: [внесен депутатами Государственной Думы А.В. Горелкиным, В.И. Пискаревым]. – Текст: электронный // СПС Гарант. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/3bfc26317bd01efad6f67aadf9981b248a57ef4b/ (дата обращения: 23.10.2024).
4. Маркетинговые тренды в 2025 году в России: сайт. – Текст: электронный. // РБК Компании. – 2024. – URL: <https://companies.rbc.ru/news/hI44a455rH/marketingovyie-trendyi-v-2025-godu-v-rossii/> (дата обращения: 23.10.2024). – Текст: электронный.
5. О рекламе: Федеральный закон № 38-ФЗ от 13.03.2006: [Государственной Думой 22 февраля 2006 года]. – Текст: электронный // СПС

Гарант.

—

URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/3bfc26317bd01efad6f67aadf9981b248a57ef4b/ (дата обращения: 23.10.2024).