

«ОГРАНИЧЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ» –

рассказывает
Мистер Вульф

Как никогда актуальная тема абсолютно для всех. Государство достаточно серьезно взялось за социальные сети – от контролирования содержания контента до вопросов налогообложения. Поэтому данная публикация будет интересна всем от обывателя до предпринимателей всех уровней. Мистер Вульф начнет с простых вопросов и постарается очень кратко описать основные правила игры.



Можно ли сейчас использовать запрещенные в России соцсети.

Да, можно, но граждане и компании не должны использовать соцсети в целях экстремизма.

Можно ли сейчас пользоваться мессенджером WhatsApp. Да, ограничения касаются исключительно запрещенных соцсетей, поскольку у мессенджера отсутствует функция по публичному распространению информации.

В чем тогда смысл от запрещения соответствующих сетей?

С 1 сентября 2025 года нельзя размещать рекламу в запрещенных соцсетях. Ответственность за нарушение запрета в виде штрафа понесут рекламодатели и рекламораспространители: должностным лицам и ИП от 4 тыс. до 20 тыс. рублей, малым компаниям – 50-250 тыс. рублей, остальным юрлицам – 100-500 тыс. рублей. Уголовная ответственность состоит в запрете переводить деньги через запрещенные соцсети, в том числе за использование рекламы и других сервисов. За это могут привлечь к ответственности как за финансирование экстремистской деятельности (ст. 282.3 УК). Нельзя использовать логотипы запрещенных

сетей в публичных источниках, так как это символика экстремистских организаций (ч. 1 ст. 20.3 КоАП). За нарушение граждан могут арестовать на срок до 15 суток, юриц – оштрафовать на сумму до 50 тыс. руб. При упоминании запрещенных соцсетей в публичных источниках указываете, что это экстремистская организация. За нарушение оштрафуют по статье 13.15 КоАП.

С 1 января 2025 года размещать рекламу на страницах в соцсетях с аудиторией больше 10 тыс. подписчиков можно, если такая страница есть в реестре Роскомнадзора (РКН). Для этого владелец страницы должен передать данные о себе и странице в РКН. После этого владелец получит уникальную отметку, которую должен разместить на своей странице. Мистер Вульф обращает внимание, что неважно, кто является владельцем публика: физическое или юридическое лицо. Требование о верификации в реестре РКН появилось еще в ноябре 2024, но ответственность возникла только с текущего года.

Важно: что требование о передаче информации о странице с более 10 тыс. подписчиков касается только соцсетей: «ВКонтакте», «Одноклассники», TikTok, YouTube, Telegram. Требование не касается запрещенных социальных сетей по понятным причинам.

Мистер Вульф утверждает, что, если страницы нет в реестре, распространять рекламу, делать репосты с этой страницы, а также собирать пожертвования нельзя. В такой ситуации по требованию РКН владелец соцсети обязан ограничить доступ пользователей. За размещение же рекламы на популярной странице без включения в реестр предусмотрена ответственность (см. выше).

Прежде всего, до размещения рекламы необходимо:

Установить является ли информация рекламой. Все зависит от цели: информировать или привлечь клиентов. Например, когда компания просто информирует публику, что продает конкретные товары, то это не реклама. Но если добавить к описанию товара качественную характеристику, то такие сведения станут рекламой.

Внимательно изучить её содержание: так, порочить конкурента или содержать некорректные сравнения с другими товарами запрещено. Закон запрещает рекламу, которая искажает сведения об ее объекте, смысл информации и вводит в заблуждение. Так, по опыту Мистер Вульф знает, что, если в рекламе есть не вся информация о рекламируемом товаре или компания намеренно умалчивает о важных условиях, то это может повлечь за собой привлечение к ответственности. Закон запрещает распространять рекламу с недопустимым содержанием или объектами. Например, реклама не должна призывать к насилию и жестокости, побуждать к совершению противоправных действий или пропагандировать нетрадиционные сексуальные отношения, отказ от деторождения. Нельзя рекламировать некоторые товары и услуги (в частности, цифровую валюту и сигареты).



Кирилл ВОЗИСОВ,
управляющий партнер
юридической фирмы «КОНТРА»

Мистер Вульф акцентирует самое пристальное внимание на том, что сейчас, помимо прочего, необходимо проверить самого рекламодателя на статус иноагента, поскольку на его ресурсах нельзя размещать рекламу. Данный реестр ведет Минюст. Далее, проверка на включение публика в реестр РКН.

Далее, проверка маркировки рекламы. Маркировать надо онлайн-рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей на территории России. Исключения – пресс-релизы, email-рассылки и push-уведомления своим сотрудникам, реклама в теле- и радиопередачах, если она идентична рекламе в тех же передачах по телевидению и радио. Перед публикацией рекламы в интернете нужно добавить на рекламный материал пометку «реклама», а также сведения о рекламодателе или его сайте.

Мистер Вульф напоминает, что с 1 апреля все, кто размещают рекламу в интернете, должны отчислять в бюджет 3% с рекламных доходов. Так, первые отчисления за II квартал нужно заплатить в июле 2025 года. Сбор должны платить рекламодатели, операторы рекламных систем, посредники и российские рекламодатели, которые размещают рекламу через иностранных рекламодателей.

Рекламируйте свои товары, услуги и работы правильно!

ваш Мистер Вульф.