

**Дубишина Карина Константиновна**  
студентка 4 курса факультета Международной журналистики  
МГИМО МИД России  
119454 Москва, проспект Вернадского, 76.  
E-mail: [rinagreenru@gmail.com](mailto:rinagreenru@gmail.com)

## **ЭТИЧНОСТЬ И ЗАКОННОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ БУКМЕКЕРОВ В ИНТЕРНЕТЕ**

**Аннотация:** В статье рассматриваются правовой и этический аспекты рекламирования и любой другой активности, связанной с продвижением деятельности букмекерских компаний в России с акцентом на Интернет-среду. Автор в своей статье ссылается на законодательство в области азартных игр, исследования рынка букмекеров, аналитические данные. Особое внимание уделяется дискуссии об этике букмекера, социальных проблемах, которые возникают в результате ставок на спорт, а также необходимых решениях для минимизации потенциальных и реальных угроз обществу и государству.

**Ключевые слова:** букмекерская компания, беттинг, ставки на спорт, этика букмекера, реклама азартных игр, рынок букмекерской деятельности, продвижение в Интернете.

На сегодняшний день вопрос об этичности продвижения букмекерской деятельности в России стоит особенно остро. На просторах Интернета пользователь практически ежедневно встречает рекламу ставок на спорт: при просмотре сериалов, скачивании и входе в приложения, листании ленты в социальных сетях. Безусловно, такой объем рекламы букмекеров должен оказывать определенное влияние на сознание пользователей. Но перед тем, как углубляться в вопрос законности и этичности продвижения букмекеров в Интернете, необходимо рассмотреть основные понятия сферы и проанализировать текущую ситуацию на рынке азартных игр в России.

Для начала договоримся о терминах. Ставки на спорт или беттинг — это интеллектуальное пари между игроком и букмекером, где игрок делает свой прогноз на спортивное событие и ставит деньги на то, что этот прогноз окажется верным. При верной ставке он возвращает себе эти деньги с прибылью, в противном случае - проигрывает их. То есть главная цель действия заключается именно в получении прибыли. Букмекерская компания

(далее БК) – это организация, которая принимает денежные ставки на предстоящие спортивные события. Соответственно, выручкой букмекера является сумма всех сделанных ставок с вычетом выплаты выигрышей и бонусов игрокам. Оборот букмекерского рынка – это общий объем средств, который игроки поставили за год. В нем учитываются как депозиты игроков, использованные для ставок, так и средства, которые игрок выиграл на ставках в БК, и не выводя на банковский счет, снова использовал для ставок.

Согласно данным пресс-службы Единого регулятора азартных игр (ЕРАИ), объем рынка ставок на спорт в России в 2023 году составил 1,224 трлн рублей [12]. Это говорит о том, что рынок беттинга в России занимает значительное место в экономике страны. А если брать в расчет тот факт, что количество игроков, сделавших хотя бы 1 ставку за 2021 год, составляет 15,29 млн человек, можно судить о популярности данного вида развлечений.

Специализированное издание «Рейтинг Букмекеров» выпустило результаты исследования букмекерского рынка России в 2021 году. Организация провела масштабный опрос среди нескольких целевых групп: население РФ, игроки на ставках, аудитория самого издания. Исследование также ссылается на информацию из открытых данных. Согласно этому исследованию, наиболее известным и популярным букмекером в России является БК «FONBET», по лояльности аудитории – БК «ЛЕОН», после них идет Winline и БК «Лига Ставок». Сюда также относится компания 1xBet, однако мы не будем брать ее расчет, поскольку данный букмекер осуществляет свою деятельность на территории РФ нелегально.

Основной мотивацией к ставкам, согласно опросу, стало восприятие данного вида деятельности как развлечения, а также возможность «подзаработать раз-другой» на выигрыше. Общее восприятие ставок как потенциального источника доходов с течением времени ослабляется.

Суммируя все данные, можно сделать вывод, что индустрия букмекерства в России – динамично развивающаяся сфера. Интересно, что на рынке беттинга по скорости развития технологий, один год работы можно

приравнять сразу к нескольким. Настолько быстро растет индустрия, повышается конкуренция, развивается рекламная деятельность букмекеров. В связи с этим возникает серьезный вопрос: насколько законно и этично продвигать букмекеров в Интернете. Ведь с ростом количества игроков, увеличивается и доля медиаполя, которую занимает реклама ставок на спорт, которая, в свою очередь, ежедневно влияет на сознание потребителей контента, вовлекая их в азартные игры. Для начала рассмотрим правовой аспект вопроса.

### **Правовой аспект рекламирования букмекерской деятельности**

В России, законодательство в области азартных игр строго регулирует деятельность букмекерских контор. Начиная с 1990-х годов, организаторы ставок и тотализаторов реализуют свою деятельность на законной основе. В 2006 году был принят Федеральный Закон №244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» [1], который постоянно корректируется из-за сложности объекта регулирования и изменений в обществе, вызванных развитием информационных технологий.

Так, в 2009 году было запрещено осуществление игорного бизнеса на территории страны. Был установлен ограниченный перечень событий, на которые разрешено делать ставки в букмекерских конторах, включая официальные спортивные соревнования, мероприятия, проводимые общероссийскими спортивными федерациями и профессиональными спортивными лигами, а также международные спортивные организации. Реформы 2014-2017 годов привели к легализации онлайн-беттинга, что позволило осуществлять интерактивные ставки на спорт в соответствии с законодательством, а государство получило контроль над ставками, сделанными как офлайн, так и онлайн.

Что касается рекламы букмекеров, тут также предусмотрен ряд ограничений. Статья 37 ФЗ «О рекламе» [2] посвящена особенностям рекламы основанных на риске игр, пари. Рассматривая закон через призму букмекеров, важно отметить, что реклама ставок на спорт не должна обращаться к несовершеннолетним, представлять ставки на спорт в качестве источника заработка, преувеличивать вероятность получения выигрыша и преуменьшать степень риска, осуждать неучастие в таких пари, использовать образы людей и животных и так далее. Также для рекламы основанных на риске игр, пари предусматривается специально отведенное и допустимое время – с 22 до 7 часов местного времени только в теле- и радиопрограммах.

В Интернете же букмекеры могут рекламироваться только на определенных ресурсах: на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера; на официальных сайтах общероссийских спортивных федераций либо профессиональных спортивных лиг; на сайтах, владельцем которых является учредитель телеканала спортивной направленности, не являющегося телеканалом, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе или с применением декодирующих технических устройств. Реклама букмекеров в Интернете должна содержать пометку «реклама» и указание на рекламодателя или сайт с информацией о рекламодателе, а также быть маркирована идентификатором для обеспечения прослеживаемости и учета информации в Едином реестре интернет-рекламы. Стоит отметить, что в перечне допустимых площадок для размещения рекламы ставок на спорт, никак не упоминаются социальные сети. Размещать рекламу букмекеров в социальных сетях в России запрещено.

Контролем за соблюдением законодательства о рекламе занимается Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Конечно, здесь не заканчивается перечень правовых ограничений рекламирования ставок на спорт. Но здесь я перечислила основные пункты законодательства, которые

позволяют сделать вывод о законности продвижения букмекеров в Интернете при соблюдении особых условий.

### **Этический аспект деятельности букмекеров в России**

Как упоминалось ранее, индустрия ставок на спорт развивается с огромной скоростью, что приводит к повышению конкуренции среди букмекерских компаний. Рост букмекеров увеличивается, а вместе с ними увеличивается и медийное присутствие «ставок на спорт». В связи с этим возникает необходимость дискуссии об установлении этических норм и правил, регулирующих деятельность букмекеров с целью уменьшения потенциальных и реальных проблем, которые может создать деятельность, основанная на играх и пари.

Здесь важно разграничивать виды азартных игр, а именно казино и ставки на спорт. В казино игрок никак не может рассчитать победу, выигрыш полностью зависит от случайного исхода событий. Ставки на спорт же предполагают возможность выигрыша вследствие особых расчетов. Здесь игроку необходимо разбираться и быть в курсе новостей спорта, чтобы быть способным оценить ситуацию и сделать выбор в сторону наиболее вероятного исхода событий.

В число проблем, связанных со ставками на спорт, входит игровая зависимость граждан РФ, финансовая эксплуатация уязвимых слоев населения, отмывание денег и мошенничество, и иные социальные проблемы. Рассмотрим каждую из них более подробно.

Одна из главных и самых очевидных проблем - это игровая зависимость. Реклама ставок на спорт часто изображает их как легкий способ заработать деньги, что может привести к тому, что люди могут делать ставки импульсивно или без должного понимания рисков. Интересно, что на сегодняшний день, по информации аналитического сайта «Рейтинг Букмекеров» лишь 4% процента людей, делающих ставки, имеют прибыль, 96% – в минусе. Эти показатели отражают тот факт, что многие люди, делающие ставки на спорт, не обладают необходимыми знаниями и навыками в области

беттинга, они стремятся к быстрой прибыли. Кроме того, некоторые делают ставки по принципу "кто сильнее, тот и победит", что не всегда работает на протяжении всего спортивного сезона. Профессиональные каперы, которые успешно делают ставки, в свою очередь, полностью анализируют матчи и учитывают все факторы, влияющие на результат. С этой точки зрения, ставки на спорт – целое искусство.

Следующая проблема – финансовая эксплуатация. Букмекерские компании часто нацелены на уязвимые группы населения, такие как молодежь и люди с низким доходом. Агрессивная реклама и обещания легких денег могут побудить этих людей делать ставки, которые они не могут себе позволить. Это может привести к финансовой эксплуатации и усугублению существующих экономических трудностей. Однако здесь также важно отметить, что осуществление ставок в России возможно только гражданами, достигшими совершеннолетия.

Помимо негативного влияния на определенные группы людей, букмекерский бизнес может быть использован для отмывания денег и других видов мошенничества. На 2024 год зафиксировано более 200 нелегальных букмекеров в России [11]. Такие компании могут использовать ставки на спорт для манипулирования результатами матчей и получения нечестной прибыли.

Также важно сказать, что игровая зависимость и финансовые проблемы, связанные со ставками на спорт, могут иметь серьезные социальные последствия. Например, это может привести к разрушению семей или потере работы, продаже большого количества имущества, обесценив человека как единицу общества и гражданина государства. Кроме того, реклама ставок на спорт формирует культуру азарта, что может иметь долгосрочные негативные последствия для общества.

Суммируя все отрицательные эффекты букмекерской деятельности, важно отметить, что не только букмекерские компании, но и государство несут ответственность за смягчение этих последствий. На мой взгляд, в этом и заключается область решения вопроса об этичности деятельности букмекера,

а также его рекламирования в Интернете и других каналах. Букмекеры должны внедрять меры ответственной игры, такие как лимиты на ставки, инструменты самоограничения и обучение игроков. Государство, в свою очередь, должно регулировать индустрию ставок на спорт, корректировать и дополнять законодательную основу деятельности букмекерского бизнеса, чтобы защитить уязвимые группы населения и предотвратить отмывание денег и мошенничество.

В пользу российских букмекеров, хочется отметить, что, несмотря на противоречивость и «опасность» индустрии для общества, букмекерские компании также реализуют большое количество общественно-полезных проектов, тем самым делая большой вклад в развитие национального спорта. Во-первых, закон обязывает букмекеров ежегодно переводить целевые отчисления в пользу тех или иных спортивных организаций. Во-вторых, букмекерские компании реализует большое количество спонсорских и благотворительных проектов.

Российский букмекерский рынок имеет высокий уровень конкуренции, куда входят и нелегальные букмекеры тоже. Например, компания «1xBet» является сильнейшим конкурентом для топовых легальных букмекеров, и главным способом отстройки здесь является активное участие и инвестиции в социальную сферу. Беттинговые компании начинают уделять особое внимание корпоративной социальной ответственности, что отзывается и у целевой аудитории букмекеров. В принципе, 21 век – время осознанных людей, поэтому любители азартных игр более склонны выбирать, если не брать в расчет другие показатели, того букмекера, кто ответственно работает с представителями российского спорта – с нынешними и будущими чемпионами, спортивными организациями, командами, благотворительными фондами и так далее. Философия игроков в данном случае основывается на принципе «Я не просто делаю ставку для себя, мои деньги идут на благо».

Возвращаясь к проблеме обеспечения этичности продвижения букмекерской деятельности на территории РФ, важно перечислить основные

способы решения данного вопроса. Для того, чтобы букмекер был этичным, в том числе и с точки зрения формирования позитивной репутации, ему необходимо придерживаться следующих принципов:

### **1) Ответственная игра**

Одним из ключевых аспектов этики букмекерства является ответственная игра. Букмекеры должны предпринимать активные меры по защите уязвимых игроков от игровой зависимости и финансовых потерь. Для этого необходимо:

- Установление лимитов на ставки и депозиты;
- Предоставление инструментов самоограничения;
- Обучение игроков ответственной игре;
- Сотрудничество с организациями по борьбе с игровой зависимостью.

### **2) Справедливость и прозрачность**

Букмекеры должны гарантировать справедливость и прозрачность своих операций. Это можно транслировать через:

- Использование надежных и проверенных алгоритмов расчета ставок;
- Публикацию правил и условий в доступной форме;
- Предоставление игрокам подробной информации о коэффициентах и марже;
- Обеспечение быстрого и справедливого разрешения споров.

### **3) Защита данных**

Букмекерские компании обязаны защищать личные данные своих клиентов и гарантировать их конфиденциальность через соблюдение законов о защите данных, использование надежных мер безопасности и неразглашение информации о клиентах третьим лицам.

### **4) Реклама и маркетинг**

Букмекеры также должны действовать ответственно в своей рекламе и маркетинговой деятельности: избегать вводящей в заблуждение или агрессивной рекламы, соблюдение важного пункта закона о запрете ориентирования рекламы на несовершеннолетних или уязвимых лиц, и конечно же, соблюдение правил и норм, регулирующих рекламу азартных игр.



## **5) Соблюдение законодательства**

Букмекеры должны строго соблюдать все применимые законы и нормативные акты. Это включает в себя:

- Получение соответствующих лицензий и разрешений;
- Уплату налогов и сборов;
- Сотрудничество с правоохранительными органами для борьбы с мошенничеством и отмыванием денег.

## **6) Саморегулирование**

Индустрия букмекерства в России должна стремиться к саморегулированию.

Для того, чтобы это реализовать, необходимо:

- Создание отраслевых ассоциаций для установления стандартов и кодексов поведения;
- Разработку и внедрение механизмов разрешения споров;
- Содействие ответственной игре и защите игроков.

Подводя итог вышесказанному, необходимо подчеркнуть, что как правовые, так и этические нормы в рамках букмекерской деятельности в России, а также ее продвижения, имеют решающее значение для защиты игроков, обеспечения справедливости и прозрачности операций и поддержания репутации отрасли. Придерживаясь этих принципов, букмекеры могут создать ответственную и устойчивую среду для ставок на спорт с минимизацией вреда обществу.

### **Список источников:**

1. Федеральный закон "О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" от 29.12.2006 № N 244-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. - Ст. 15 с изм. и допол. в ред. от 19.10.2023.

2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 № N 38-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. - Ст. 27 с изм. и допол. в ред. от 11.03.2024.
3. Давидов В.В., Реваян Э.Г., Сидоренко И.И., Тахумова О.В. Экономико-социологический анализ букмекерских контор в России // Российский экономический вестник. - 2020. - №2. - С. 245-250.
4. Ениколопов С.Н. , Умняшкина Д.А. Психологические проблемы влечения к азартным играм // Криминология: вчера, сегодня, завтра. - 2008. - №2. - С. 43-62.
5. Орлов Н.С. Спортивный беттинг - современный образ жизни молодежи // Приволжский научный вестник. - 2016. - №1. - С. 126-128.
6. Букмекерский рынок России 2021 // Рейтинг Букмекеров URL: <https://bookmaker-ratings.ru/wiki/betting-report-2022/> (дата обращения: 01.04.24).
7. Букмекерский рынок России вырастет на четверть по итогам года // Forbes URL: <https://www.forbes.ru/biznes/440853-bukmekerskij-rynok-rossii-vyrastet-na-ctvert-po-itogam-goda> (дата обращения: 29.03.24).
8. Закон года: с 2024-го букмекерские отчисления на спорт вырастут до 2% от выручки // Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/sport/around/articles/2024/01/07/1014080-zakon-goda-obem-otchislenii-ot-bukmekerov> (дата обращения: 29.03.2024).
9. Как в России решается проблема лудомании // Коммерсантъ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3288713> (дата обращения: 01.04.2024).
10. Как можно и как нельзя рекламировать БК в России // Деловая газета.Юг URL: <https://www.dg-yug.ru/news/121574.html> (дата обращения: 28.03.2024).
11. Нелегальные букмекерские конторы в России в 2024 году // STAVKINASPORT.COM URL: <https://stavkinasport.com/nelegalnye-bk/> (дата обращения: 30.03.2024).
12. Заработок букмекеров от ставок на спорт вырос в 2023 году более чем на треть // Ассоциация Российских Банков URL:

[https://arb.ru/b2c/fun/zarabotok\\_bukmekerov\\_ot\\_stavok\\_na\\_sport\\_vyros\\_v\\_2023\\_godu\\_bolee\\_chem\\_na\\_tret\\_-10664277/](https://arb.ru/b2c/fun/zarabotok_bukmekerov_ot_stavok_na_sport_vyros_v_2023_godu_bolee_chem_na_tret_-10664277/) (дата обращения: 29.03.24).

## **ETHICS AND LEGALITY OF BOOKMAKER PROMOTION IN RUSSIA**

**Karina K. Dubishina**, 4<sup>th</sup> year student of the Faculty of International Journalism MGIMO MFA Russia.

MGIMO 119454, Moscow Vernadsky Prospect, 76.

E-mail: [rinagreenru@gmail.com](mailto:rinagreenru@gmail.com)

**Abstract:** The article examines the legal and ethical aspects of advertising and any other activity related to the promotion of betting companies in Russia with an emphasis on the Internet environment. The author in his article refers to gambling legislation, bookmaker market research, and analytical data. Special attention is paid to the discussion of the ethics of the bookmaker, the social problems that arise as a result of sports betting, as well as the necessary solutions to minimize potential and real threats to society and the state.

**Keywords:** betting company, sports betting, bookmaker ethics, gambling advertising, betting market, promotion on the Internet.