

Обзор требований по
обязательному
использованию русского
языка в рекламе и
информации для
потребителей





С 1 марта 2026 года в России вступает в силу Федеральный закон от 24.06.2025 № 168-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Закон № 168-ФЗ)

Поправки существенно расширяют сферу обязательного применения русского языка, распространяя его требования на информацию, предназначенную для публичного ознакомления потребителей (вывески, реклама, визуальные элементы).

! Под действие подпадает:

- ✓ общая реклама и информация о товарах,
- ✓ реклама застройщиков,
- ✓ публичная информация для потребителей.

1. Общее требование об использовании русского языка

В соответствии со ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Закон о языке) во всех сферах, где его использование обязательно, информация должна предоставляться прежде всего **на русском языке**.

При использовании русского языка должны соблюдаться нормы современного русского литературного языка. Для проверки слов на допустимость использования можно обращаться к [нормативным словарям](#).

Частью современного русского языка являются **неологизмы**, то есть слова, заимствованные из других языков и адаптированные в речевой практике.

Такие слова, будучи написанными **кириллицей**, не требуют дополнительного перевода или дублирования и считаются соответствующими требованию об использовании государственного языка.

Однако при их использовании в сферах, где обязательно использование русского языка, рекомендуем предварительно проверить неологизм в [словаре иностранных слов](#).

Например, без перевода можно использовать слова: спичрайтер, лайк, вайфай, браузер, рефлексировать, хит.

Перевод нужно использовать в отношении слов: лайф, мерч, хейт, факап.

Условия, при которых используются другие языки, кроме государственного

Использование иностранных языков, языков народов РФ, языков республик РФ допускается только в качестве **дополнительного варианта**.

Информация на русском языке и ином языке должна быть идентичной*, то есть:

- быть одинаковой по содержанию,
- иметь равнозначное техническое оформление (цвет, тип и размер шрифта),
- выполняться разборчиво на обоих языках,
- звуковая информация должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

Требования об идентичности текстов, написанных на двух языках, не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания (ч. 3 ст. 3 Закона о языке).

Вывод: чтобы свободно включать в оформление бренда слова на иностранном языке, наиболее надежным решением является их регистрация в качестве товарного знака. Данная мера создаст правовые основания для исключительного использования оригинального обозначения слова без необходимости его перевода на русский язык.

ПРИМЕР 1

Сотрудниками ФАС России было выявлено нарушение законодательства о рекламе, которое выражалось в использовании иностранного слова «BUD» в контексте «BUD тебе рад! Купи три любых BUD. Регистрируй чек - выигрывай призы!» без перевода на русский язык. Правообладатель указал, что «BUD» является зарегистрированным товарным знаком, а правила об обязательном переводе иностранного слова на русский язык не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания.

Контролирующий орган указал, что в данном случае нужен не перевод слова «BUD», а нужно указать на русском языке информацию о том, товарным знаком какой именно продукции является данное слово, а именно название пива, поскольку в русском языке существует созвучная данному слову аббревиатура «БАД» (Решение Ярославского УФАС России от 22.12.2021 по делу № 076/05/21-936/2021).

2. Сферы, в которых использование русского языка является обязательным

Закон о языке закрепляет различные области, где использование русского языка является обязательным. Полный перечень сфер можно увидеть в ст. 3 Закона о языке.

В контексте маркетингового сопровождения требования законодательства наиболее актуальны для двух ключевых областей: **рекламы и информации для потребителей.**

2.1. Реклама

При производстве, размещении, распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке РФ, что прямо следует из ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Таким образом, вся рекламная информация подпадает под действие общего требования об обязательном использовании русского языка, предполагающего его безусловный приоритет и равнозначность при использовании других языков.





ПРИМЕР 2

ФАС России признал нарушением Закона о рекламе использование слов «Night Club PUZZLE GROUP» на рекламной растяжке без соответствующего перевода на русский язык, что по мнению контролирующего органа может вводить потребителей в заблуждение (Решение Хабаровского УФАС России от 23.05.2023 по делу № 027/05/5-636/2023).

Таким образом, иностранные слова в рекламе допускается употреблять следующим идентичным, равнозначным образом:

Черная пятница / Black Friday

Ответственность за нарушение требования об использовании русского языка в рекламе законодательством прямо не установлена. Однако реклама может быть расценена контролирующими органами как:

- нарушающая запрет на использование иностранных выражений, приводящих к искажению смысла (п. 1 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе),
- нарушающая запрет на распространение неполной и вводящей в заблуждение информации (ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе).

Размер штрафов за нарушение Закона о рекламе предусмотрен ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ:

- физические лица: 2 000 – 2 500 Р
- должностные лица: 4 000 – 20 000 Р
- юридические лица: 100 000 – 500 000 Р.

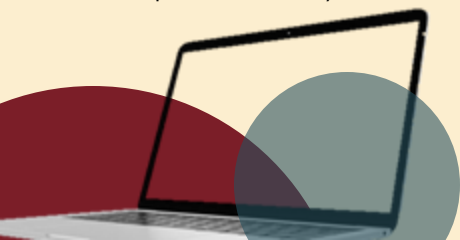
2.2. Информация, предназначенная для потребителей

На информацию, предназначенную для потребителей, распространяются требования об обязательном использовании русского языка с учетом норм специального правового регулирования (п. 9.4 ч. 1 ст. 3 Закона о языке).

Ключевые категории информации:

- ✓ **Информация об изготовителе (продавце, исполнителе), режиме работы и реализуемых товарах (работах, услугах)**

Информация в обязательном порядке должна доводиться до сведения потребителей на русском языке. По усмотрению изготовителя (продавца, исполнителя) она может быть дополнительно представлена на государственном языке республики в составе Российской Федерации или на родном языке народов РФ (ч. 2 ст. 8 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»).



✓ Информация, предназначенная для публичного ознакомления потребителей, и не являющаяся рекламой

Это информация которая:

- размещается изготовителем (исполнителем, продавцом) в общедоступных местах (местах, доступных для неопределенного круга лиц),
- доводится до сведения неопределенного круга потребителей (в случае размещения такой информации) с использованием вывесок или иных средств размещения информации (надписей, указателей, внешних поверхностей, информационных табличек, информационных знаков, конструкций, сооружений, технических приспособлений и других носителей, предназначенных для распространения информации, за исключением рекламных конструкций) при осуществлении торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей.

Предоставление такой информации на русском языке **является обязательным**. Ее дублирование на иных языках (государственных языках республик РФ, языках народов РФ, иностранных языках) допускается, но только при условии полного и равнозначного соблюдения общего требования об идентичности информации (ст. 1 Закона № 168-ФЗ).

Ответственность за нарушение законодательства о языке применительно к информации о товарах, работах, услугах

Продажа товаров, оказание услуг при отсутствии информации об изготовителе (исполнителе, продавце) либо иной информации, обязательность предоставления которой предусмотрена законодательством, влечет ответственность по **ч. 1 ст. 14.5 КоАП РФ**.

Размер штрафов:

- физические лица: 1 500 – 2 000 ₽
- должностные лица 3 000 – 4 000 ₽
- юридические лица: 30 000 – 40 000 ₽.

Нарушение прав потребителя на получение необходимой достоверной информации о товаре (работе, услуге), об изготовителе, о продавце, об исполнителе и о режиме их работы влечет ответственность, предусмотренную **ч. 1 ст. 14.8 КоАП РФ**.

Размер штрафов:

- должностные лица: 500 – 1000 ₽
- юридические лица: 5000 – 10 000 ₽

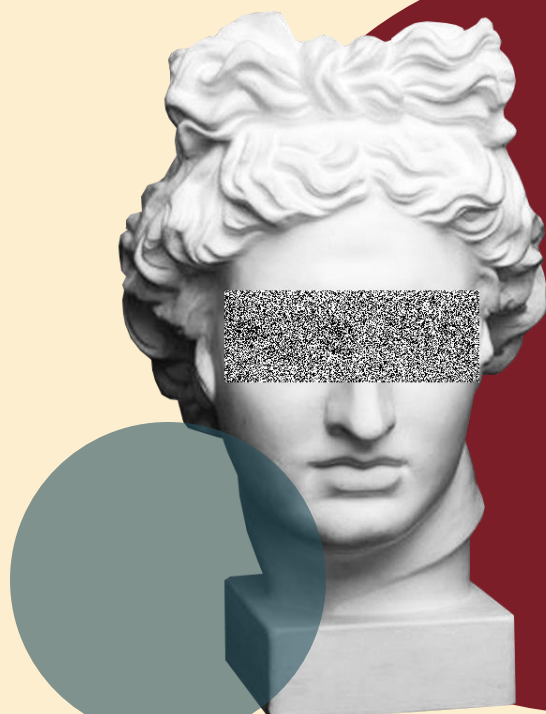
Ключевые выводы по обзору

1. Если в рекламных материалах используется слово или фраза на иностранном языке, они обязательно должны сопровождаться переводом на русский язык. Перевод должен быть точным, полным и идентичным по всем визуальным параметрам: цвету, размеру и стилю оформления.
2. Информация об изготовителе (продавце, исполнителе), режиме работы и реализуемых товарах (работах, услугах) должна указываться на русском языке. По усмотрению изготовителя (продавца, исполнителя) она может быть дополнительно представлена на языках республик и (или) иных языках народов РФ.
3. Публичная информация для потребителей (меню, прайс-листы, условия доставки, описания услуг, расписания) должна быть представлена на русском языке и являться преобладающей. Иностранные версии текста могут служить лишь дополнением и должны быть визуально идентичными русскому языку.
4. Наименования новых объектов недвижимости, используемых в рекламе, должны быть выполнены исключительно кириллицей.

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ

До 1 марта 2026 года рекомендуем провести аудит и убедиться, что на вывесках, указателях, информационных материалах, не относящихся к рекламным, иностранные слова (например, «coffee», «sale», «pro», «real») используются с синхронным, идентичным переводом на русский язык.

Важно отметить, что данное правило не распространяется на слова, входящие в состав официально зарегистрированных фирменных наименований или товарных знаков. Поэтому *стратегически верным решением для защиты бизнеса и сохранения целостности бренда может стать регистрация ключевых обозначений в качестве товарных знаков до вступления нормы в силу.* Это позволит легитимно использовать обозначения в их оригинальном виде **без обязательного** дублирования на русском языке.



Контакты

для связи с нами по тематике материала



Ангелина Балакина

руководитель практики

М: +7 985 200 7120

angelina.balakina@oe.legal



Анастасия Саблина

юрист

anastasia.sablina@oe.legal

Присоединяйтесь к нашему
Telegram-каналу

