

# Реклама в Telegram: казнить нельзя помиловать

Федеральная антимонопольная служба (ФАС РФ) внезапно на ровном месте возбудила первые административные дела о нарушении закона «О рекламе» при размещении рекламных материалов в Telegram и на YouTube. События развивались в конце февраля — начале марта 2026 года. Никаких предварительных публичных предупреждений участникам рынка сделано не было.

В конце февраля 2026 года Роскомнадзор направил в ФАС информацию о двух публикациях в Telegram-канале, посвященном моде и бьюти-тематике. Речь шла о рекламных интеграциях фитнес-приложения, размещенных 28 января и 20 февраля 2026 года. Несмотря на наличие маркировки и регистрацию в реестре Роскомнадзора (то есть правил, установленных самим Роскомнадзором), 26 февраля антимонопольная служба возбудила производство. Рассмотрение дела назначено на конец марта.



Аналогичное дело появилось в отношении видеоблогера, ведущего канал о здоровом образе жизни. Поводом стала январская публикация с рекламой ореховых батончиков. Роскомнадзор выявил признаки нарушения, после чего ФАС 25 февраля возбудила дело. Блогер получил определение 5 марта.

В начале марта ФАС распространила официальную позицию: размещение рекламы в Telegram, на YouTube, а также в «нежелательных» мессенджерах и VPN-сервисах содержит признаки нарушения части 10.7 статьи 5 закона «О рекламе». Норма вступила в силу 1 сентября 2025 года и запрещает распространение рекламы на ресурсах, доступ к которым ограничен в соответствии с законодательством об информации и защите информации.

Роскомнадзор подтвердил, что к Telegram применяются меры по ограничению доступа, введенные еще в 2018 году и усиленные в последующие годы, в том числе «замедление» отдельных функций в 2025–2026 годах. ФАС трактует эти меры как достаточное основание для запрета рекламы, хотя мессенджер официально не внесен в реестр запрещенных ресурсов и не признан экстремистской или нежелательной организацией. Налицо юридическая коллизия, которой и воспользовалось ведомство.

Юристы расходятся в оценке правовой конструкции, что, впрочем, не удивительно: известно, что два юриста — три мнения. Часть экспертов и комментаторов считает подход ФАС формально обоснованным, поскольку

закон охватывает любые ограничения доступа, а не только полные блокировки. Другие указывают на отсутствие единого реестра таких площадок и неопределенность критериев. При этом пока нет судебной практики, которая бы подтвердила или опровергла трактовку ведомства, однако в том, что суды скорее всего встанут на сторону Роскомнадзора и ФАС, сомнений мало.

Размер штрафов по статье 14.3 КоАП РФ остается прежним: для граждан — от двух тысяч до двух с половиной тысяч рублей, для должностных лиц и индивидуальных предпринимателей — от четырех тысяч до 20 тысяч рублей, для юридических лиц — от 100 тысяч до 500 тысяч рублей. Ответственность несут обе стороны: рекламодатель и распространитель.

Отдельный риск связан с возможной квалификацией нарушения как длящегося. Ранее в ряде судебных решений размещение рекламы признавалось продолжающимся правонарушением, то есть само существование рекламной публикации на момент вступления запрета в силу — 1 сентября 2025 года — уже могут считаться нарушением, даже если она появилась раньше. Таким образом судебная система изящно (на самом деле нет) обходит один из основополагающих принципов цивилизованной юриспруденции: закон обратной силы не имеет.

Между тем к концу 2025 года на Telegram и YouTube приходилось порядка 70% бюджетов инфлюенс-маркетинга: около 40% — на мессенджер, 30% — на видеохостинг. Потеря этих каналов создает серьезные трудности для рекламодателей и блогеров, и нанесёт серьезный удар по рынку. В этом аспекте непонятно, на чьей стороне Роскомнадзор и ФАС и что является их конечной целью. Пока ощущение такое, что это деятельность ради деятельности, а не для развития экономики России.

Пока регулятор ограничивается точечными делами, что сильно напоминает ранний этап введения обязательной маркировки интернет-рекламы. Тогда единичные производства постепенно переросли в массовую практику. Однако участники рынка рассчитывают, что ФАС сохранит взвешенный подход и даст время на адаптацию.

Тем не менее, отсутствие четких разъяснений и единого списка ограниченных ресурсов сохраняет полную неопределённость для участников рынка.

Впрочем, злые языки предполагают, что перед ФАС и Роскомнадзор поставили задачу загнать рекламодателей в «нацмессенджер» МАХ любыми силами. В этом случае действия ведомств будут однозначно неадекватными.

Автор: Леонид Улих, социальный эколог © Babr24.com  
ИНТЕРНЕТ И ИТ, ЭКОНОМИКА, РАССЛЕДОВАНИЯ, РОССИЯ  149 07.03.2026, 13:15

URL: <https://babr24.com/?IDE=289295> Bytes: 4563 / 4492 [Версия для печати](#)

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)



Автор текста: **Леонид Улих**,  
социальный эколог, социал-  
обозреватель.

На сайте опубликовано **106**  
текстов этого автора.

## НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

---

Телеграм: @babr24\_link\_bot  
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

## ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

---

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

## КОНТАКТЫ

---

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь  
Телеграм: @bur24\_link\_bot  
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова  
Телеграм: @irk24\_link\_bot  
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская  
Телеграм: @kras24\_link\_bot  
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская  
Телеграм: @nsk24\_link\_bot  
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин  
Телеграм: @tomsk24\_link\_bot  
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

## ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

---

Рекламная группа "Экватор"  
Телеграм: @babrobot\_bot  
эл.почта: equatoria@gmail.com

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

---

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)

