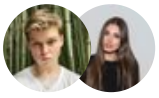
HUAWEI Реклама

2 марта 2026 Источник: Hi-Tech Mail Технологии

ИТ-компании рассказали, как будут исполнять закон о переводе на русский язык

1 марта вступили в силу поправки в закон «О защите прав потребителей», предусматривающие перевод общедоступной информации на русский язык.



Авторы и эксперты



Источник: Аргументы и факты

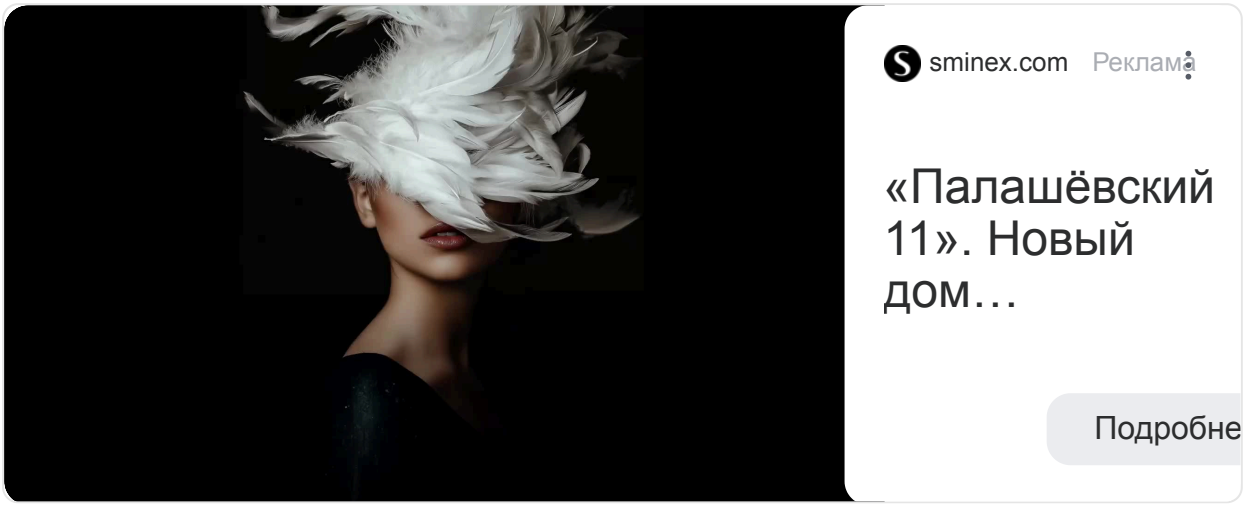
Реклама

новые требования, которые вступили в силу 1 марта 2026 года и призваны защитить русский язык.

Кому и что менять

ИТ-компании попадают под требования закона в том случае, если оказывают услуги в отношении ПО физическим лицам или распространяют его по SaaS-модели (модель доступа к программному обеспечению, когда оно предоставляется онлайн по подписке, а не приобретается пользователем), разъяснила Ассоциация разработчиков программных продуктов «Отечественный софт». Новые правила не распространяются на B2B-отношения и внутренние коммуникации компании.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ



> Нужно переводить информацию, предназначенную для публичного ознакомления, размещенную в общедоступных местах, используемую при торговле и обслуживании

Реклама

«Отечественный софт».

В ИТ и информационной безопасности англицизмы используются повсеместно, от маркетинговых материалов до технической документации, говорит технический директор MD Audit (входит в ГК Softline) Юрий Тюрин. Термины вроде SOC, endpoint, threat intelligence, backup, failover давно стали рабочим языком отрасли.

> «Компаниям, скорее всего, придется адаптировать публичные описания продуктов, интерфейсы и пользовательские соглашения: добавлять русскоязычные эквиваленты или пояснения. Полный отказ от англоязычных терминов малореалистичен, но их использование без расшифровки может быть признано нарушением. Это приведет к переработке маркетинговых и договорных формулировок», — рассказал Тюрин.

По его словам, есть сегменты, где русская терминология отсутствует или устарела. Особенно это касается сферы облачных технологий, DevSecOps, киберугроз, ИИ и мультиагентных систем. Там многие термины появляются быстрее, чем формируются устойчивые русские аналоги.

«Попытки прямого перевода иногда искажают смысл или звучат искусственно. Например, «threat hunting» или «zero trust» сложно перевести без потери контекста. В информационной безопасности также активно используется международная терминология

Реклама

аккуратный подход. Либо закрепление русскоязычного термина в отраслевых рекомендациях, либо обязательное разъяснение в тексте, чтобы избежать разночтений», — добавил Тюрин.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ

Переводить или нет



Мнения ИТ-компаний, работающих по схеме B2B, относительно перевода общедоступной информации в интернете разделились.

Реклама

ознакомления потребителей информация будет публиковаться в соответствии с обновленными требованиями законодательства, считает директор по взаимодействию с органами государственной власти Postgres Professional Михаил Хазов.

«В то же время, любопытно понять, как быть, к примеру, с E-mail и почтовыми адресами, их ведь пока не придумали как писать русскими буквами», — говорит он. Директор по коммуникациям в ИТ-компании «Экстил» Александра Подлеснова также рассказала, что компании пришлось перевести публичную информацию: названия услуг, статьи, разделы блога и новости.

«Законодательство не дает однозначного ответа, нужно ли полностью переписывать старый контент, но мы делаем это, чтобы у регуляторов и клиентов не возникало вопросов. Суммарно это более 5 тыс. страниц на нескольких сайтах, поэтому работы много», — отметила Подлеснова.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ

Впрочем, некоторые ИТ-компании, работающие по B2B-схеме считают, что действие закона на них не распространяется.

Реклама

> первоначально мы тоже были сильно обеспокоены, что будет много работы по обновлению контента, однако консультация с юристом и детальное изучение закона расставило все по своим местам: закон регламентирует отношения бизнеса с физическими лицами, только в этом случае нужно переводить англицизмы. Закон не указывает прямо, на то, что под его действие попадают материалы, размещенные в сети интернет», — убежден директор «А-Реал Консалтинг» Игорь Сухарев.

По его словам, речь скорее идет о pos-материалах, вывесках. При этом, он не исключил вероятность, что с течением времени закон претерпит изменения, и область его применения коснется также и B2B сектора.

С ним согласна заместитель генерального директора компании «Интерсофт Лаб» Юлия Амириди. По ее мнению, сайты, соцсети, документация и другие материалы компаний, которые разрабатывают ПО для других организаций (юридических лиц), а не для личного или семейного использования, не требуют обязательной языковой локализации. Исключение составляют такие публичные площадки, как СМИ, считает она.

«ИТ-компаниям, которые работают только с бизнесом, придется теперь уделять пристальное вниманием использованию

Реклама

в СМИ», — отметила Амиридди.

Что говорит юрист

Важно развести три вещи: фирменное наименование, товарный знак и информацию для потребителя, говорит управляющий партнёр AVG Legal Алексей Гавришев. Ключевой ориентир, по его словам, — не запрет на английский как таковой, а обязанность обеспечивать доступность информации для потребителя на русском языке.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ

Реклама



Источник: Freepik

> «Если название компании зарегистрировано как фирменное наименование или как товарный знак на латинице, переименовывать его не нужно. Закон не требует менять юридическое название или уничтожать бренд. Но если вывеска содержит информацию о товарах, услугах, условиях обслуживания — она должна быть понятна потребителю на русском языке. То есть сам бренд может остаться, например, «TechSoft» или «CloudHub», но описание вида деятельности только на английском — уже зона риска», — рассказал Гавришев.

Если у продукта есть зарегистрированный товарный знак на английском, переводить само название не требуется, добавил он. То же самое касается патентуемых наименований. Закон не может обязать «перевести» зарегистрированный знак. Но информация о

Реклама

описание функций, условий ... пользовательских характеристик — должна быть доступна на русском, если продукт предлагается на российском рынке.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ

> «Проще говоря: название можно не трогать, но смысл и содержание должны быть понятны на русском языке. Для IT-компаний разумная стратегия — не переименование, а дублирование: бренд на английском, юридически значимая информация — на русском», — заключил Гавришев.

Что касается терминов, использование профессиональной английской терминологии в IT-сфере не запрещено, отметил Гавришев. Но базовая информация о продукте, его назначении, условиях использования, стоимости, порядке заключения договора — должна быть изложена на русском. Если, например, слово «Pre-Sale» на сайте используется как маркетинговый ярлык, а рядом есть понятное объяснение на русском — «предварительная продажа», «предзаказ», «ранний доступ» — проблем, как правило, не возникнет.

Реклама

значимые элементы только на английском (Pre-Sale, Early Access, Refund Policy, Subscription, Trial и т.п.) без русского разъяснения — это уже риск. Потому что условия продажи, порядок возврата, статус товара — это существенная информация для потребителя. Она должна быть доступна на государственном языке», - рассказал Гавришев. Например, по его словам, «Pre-Sale» может подразумевать, что товар еще не произведен и сроки поставки неопределённые, отсутствие русского разъяснения может быть расценено как недобросовестная практика.

«Для B2B-платформ, ориентированных на профессионалов, требования мягче. Но если сайт открыт и доступен широкой аудитории, безопаснее придерживаться универсального правила - английский термин допустим, но юридический смысл — обязательно на русском», - заключил Гавришев.

Выберите лучшую умную колонку 2026 года

VK Капсула Про

СберБум 2.0

Яндекс Станция 3

Далее

Россия Закон

Поделиться

hi-tech

Реклама

Mail О компании РекламаРедакция Условия использования материалов О технологиях рекомендаций Поли