



19 квітня 2024

## **ПОЗИЦІЯ IAB Ukraine щодо використання месенджера Telegram для проведення рекламних кампаній в Україні**

### **I. Ринковий контекст**

Месенджер Telegram (надалі – Телеграм) має велику популярність серед української аудиторії, про що свідчать статистичні дані, згідно з якими у середньому кожен українець проводить у Телеграм 40 хвилин на день<sup>1</sup>, а на кінець 2023 року в Україні було зафіксовано понад 33 тисячі активних каналів із сумарною кількістю підписників 282.6 млн<sup>2</sup>. Відповідно, має великий попит замовлення реклами в Телеграм для просування товарів та послуг українських рекламодавців, у тому числі серед клієнтів членів IAB Ukraine.

Користувачі Телеграм мають можливість оформити платну преміум-підписку для доступу до розширеного функціонала месенджера. Згідно з даними сервісу Statista, Україна займає друге місце за кількістю оформлених підписок, які тільки за період з червня 2022 року по лютий 2023 року згенерували дохід понад 1,54 млн. доларів США<sup>3</sup>. Тобто, Телеграм отримує доходи з українського сегмента ринку у вигляді коштів від продажу реклами та преміум-підписок.

З огляду на активне використання українцями Телеграм, викликають занепокоєння поширені у публічному просторі припущення про його зв'язок з владою російської федерації. Зокрема, журналістські розслідування вказують на наявність серед інвесторів Телеграм фізичних та юридичних осіб, які підтримують дії, що підривають або загрожують територіальній цілісності України, а окремі з них включені до санкційних списків України та інших країн<sup>4</sup>. Історично месенджер Телеграм має російське походження через свого засновника та команду людей, які на різних етапах долучались до його створення та розвитку. Месенджер Телеграм й досі легально дозволений в росії після його розблокування у 2020 році з невідомих причин. Існують гіпотези про те, що це стало можливим після погодження керівництва Телеграм на співпрацю з правоохоронними органами російської федерації та надання доступу до персональних даних та листування користувачів. У дописі колишнього голови РНБО в Facebook від 15 листопада 2023 року вказується, що російський режим використовує і створює Телеграм-мережі для маніпулювання суспільною думкою, поширення дезінформації і діяльності в режимі

<sup>1</sup> <https://bazilik.media/pid-chas-vijny-ukraintsi-korystuiutsia-telegram-u-8-razi-v-bilshe/>

<sup>2</sup> <https://telemetr.io/uk/research-2023>

<sup>3</sup> <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/09/26/704732/>

<sup>4</sup> <https://vctr.media/ua/ni-spivrobotnikiv-ni-kompanij-chi-spravdi-telegram-ne-povyazani-iz-rosiyeyu-199446/>

фейк-ньюз<sup>5</sup>. Було названо 85-й головний центр спеціального генерального управління Генштабу Збройних Сил РФ, який поширює через Телеграм-канали дезінформацію для маніпулювання суспільною думкою та просування російських наративів.

## II. Правовий контекст

На сьогодні як в Україні, так і в інших країнах точиться широка публічна, у тому числі **правова дискусія щодо порядку регулювання та** можливості запровадження правових обмежень на використання Телеграму, а також щодо **моделі таких обмежень**. Наразі складнощі зумовлені необхідністю остаточно визначити правовий статус Телеграму, а також низкою технічних та технологічних труднощів.

### 1. Наднаціональний рівень.

В Європейському Союзі наразі діють Digital Services Act<sup>6</sup> та Digital Markets Act<sup>7</sup>. Як тільки аудиторія Телеграму в ЄС перетне межу 45 млн. користувачів, Телеграм набуде статусу цифрового гіганта з відповідними правовими наслідками.

### 2. Досвід європейських країн.

Іспанія. Високий Суд Іспанії за клопотанням низки медійних компаній видав розпорядження про призупинення послуг програми обміну повідомленнями Телеграм у країні через порушення прав інтелектуальної власності<sup>8</sup>.

Норвегія. Державним посадовцям Норвегії заборонено використовувати Телеграм, як платформу російського походження, яку росія може використовувати для свого впливу, що несе загрозу інтересам національної безпеки Норвегії. Це включає в себе, в тому числі, заборону встановлювати відповідні програми на комп'ютери та інші пристрої, що використовуються службовцями<sup>9</sup>.

Існує також досвід заборони Телеграму і в країнах поза Європою<sup>10</sup>.

### 3. Законодавчий рівень.

25 березня 2024 року зареєстровано проєкт Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності платформ спільного доступу до інформації, через які поширюється масова інформація»<sup>11</sup> № 11115.

Як зазначається у пояснювальній записці до вказаного законопроєкту:

---

<sup>5</sup><https://www.facebook.com/danilov.oleksiy/posts/pfbid02ZaomG6rcAtEYUWFQKDAKnCrdAFsp4NjnVXnU7azAdZLERL6tdjQ5jszqPgAcPpiv/>

<sup>6</sup>

[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en)

<sup>7</sup> [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/about-dma\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/about-dma_en)

<sup>8</sup>

<https://www.reuters.com/world/europe/high-court-orders-temporary-suspension-telegrams-services-spain-2024-03-23/>

<sup>9</sup>

<https://thebarentsobserver.com/en/democracy-and-media/2023/03/norway-calls-state-officials-delete-telegram>

<sup>10</sup> <https://cedem.org.ua/analytics/telegram-regulyuvaty-platformu/>

<sup>11</sup> <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/43884>

«Деякі платформи спільного доступу до інформації мають багатомільйонну аудиторію в Україні. Згідно з дослідженням «Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році»<sup>12</sup> аналітичної компанії InMind, проведеним на замовлення Internews Ukraine, за обсягом використання для отримання новин, платформа спільного доступу до інформації Телеграм перевищує YouTube (як найбільш популярну платформу доступу до відео) в 4,5 рази – 72% проти 16% відповідно. Очевидно, що платформа, яка використовується 72% українців для отримання інформації, повинна мати не менші регулювання, ніж інші джерела масової інформації із значно меншим охопленням.

Додатковим аргументом для запровадження регулювання є те, що, наприклад, платформа Телеграм може бути пов'язана з державою-агресором, про що відкрито заявлялось і президентом російської федерації<sup>13</sup>, російським регулятором Інтернету Роскомнадзором<sup>14</sup> та іншими офіційними особами<sup>15</sup>.

...

Також українським державним органам на сьогодні не відомо, хто входить до структури власності таких платформ як Телеграм. Водночас, проблеми з безпекою конфіденційності дозволяють державним органам російської федерації деанонізувати користувачів і стежити за ними<sup>16</sup>. В медіа присутні публікації з прикладами, як технологія платформи дозволяє стежити за українськими чиновниками<sup>17</sup>.»

4. **Позиція регулятора у сфері медіа.** Як зазначається у медіа, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення разом із профільними відомствами активно пропрацьовує питання стосовно регулювання Телеграму, який росіяни та нині заборонені в Україні медіа активно використовують для поширення своїх наративів<sup>18</sup>.

При цьому представники Нацради звертають увагу на небезпеку використання Телеграму на тимчасово окупованих територіях через те, що Російські спецслужби мають доступ до листування українців у телеграмі, навіть до видаленого<sup>19</sup>.

5. **Позиція органів виконавчої влади.** 15 липня 2022 року оприлюднено Спільну заяву Центру протидії дезінформації при РНБО, МВС, Міноборони, СБУ, МКІП, Міністерства цифрової трансформації України та інших державних органів щодо захисту інформаційного простору України від російських ворожих

---

<sup>12</sup> <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>

<sup>13</sup> <https://ria.ru/20210630/telegram-1739219120.html>

<sup>14</sup> <https://www.interfax.ru/russia/713753>

<sup>15</sup> <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/03/29/7395475/>

<sup>16</sup>

<https://telegra.ph/Siloviki-i-chinovniki-ispolzuyut-slitye-bazy-chtoby-deanonit-polzovatelej-Telegram-Za-by-udzhethnye-dengi-03-06>

<sup>17</sup>

<https://detector.media/infospace/article/222359/2024-01-31-yak-telegram-mozhe-staty-instrumentom-rosiy-skykh-atak/>

<sup>18</sup>

<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3766390-u-nacradi-dumaut-pro-sposobi-reguluvanna-mesendzera-telegram.html>

<sup>19</sup>

<https://webportal.nrada.gov.ua/lystuvannya-v-telegrami-mozhe-staty-pidstavoyu-dlya-zasudzhennya-na-ty-mchasovo-okupovaniy-terytoriyi-ukrayiny/>

Телеграм-каналів, у якій зазначалось про причетність цілого ряду каналів на платформі Телеграм до російських спецслужб<sup>20</sup>.

Також у січні 2024 року IAB Ukraine звернулося до РНБО щодо законності діяльності Телеграм в Україні та заборони розповсюдження та купівлі реклами в Телеграм, купівлі преміум-підписок у разі підтвердження зв'язку месенджера Телеграм з країною-агресором. Вказане звернення було переслане для реагування до Міністерства цифрової трансформації, Департаменту Кіберполіції Національної поліції України та Центру протидії дезінформації. [Посилання на скани отриманих відповідей](#).

### III. Ризики, пов'язані з розповсюдженням реклами у Телеграмі

Сказане у розділах I та II дозволяє виокремити 7 груп ризиків, пов'язаних з використанням Телеграму для проведення рекламних кампаній:

1. **Репутаційні ризики**, особливо у випадку розповсюдження реклами на каналах з проросійським контентом або каналах, пов'язаних з будь-якими суб'єктами російської федерації (компаніями, інфлюенсерами тощо).
2. **Ризик фінансування тероризму та держави-агресора**. Враховуючи мораторій (заборону) на виконання грошових та інших зобов'язань кредиторами (стягувачами), за якими стоїть російська федерація або особи, пов'язані з державою-агресором, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 187 від 3 березня 2022 року "Про забезпечення захисту національних інтересів за майбутніми позовами держави Україна у зв'язку з військовою агресією російської федерації", необхідно встановити, чи оплата послуг месенджера Телеграм не носить ризик спрямування цих коштів на фінансування війни проти нашої держави.
3. **Порушення законодавства про захист персональних даних**. Будь-які завантажені у Телеграм персональні дані можуть бути доступні російським спецслужбам. Додатковим ризиком є відсутність дієвого та надійного механізму видалення завантажених даних.
4. **Загроза для конфіденційності та комерційної таємниці**. Будь-яка конфіденційна інформація та інформація, що містить комерційну таємницю, можуть бути доступні російським спецслужбам. Додатковим ризиком є відсутність дієвого та надійного механізму видалення завантажених даних.
5. **Порушення прав інтелектуальної власності**. Завантажуючи будь-який об'єкт інтелектуальної власності у Телеграм, правовласник фактично втрачає контроль над його подальшим поширенням, використанням та видаленням. Це означає, що якщо права інтелектуальної власності на фото, відео, музику тощо для використання в рекламі отримано на визначений строк, у правовласника

відсутня технічна можливість проконтролювати своєчасне припинення розповсюдження такої реклами після спливу строку, на який отримано права інтелектуальної власності.

6. **Генерування дідфейків та зловмисне використання систем штучного інтелекту.** Дезінформація визнана основною загрозою для людства у 2024 році<sup>21</sup>. При цьому технології штучного інтелекту дозволяють її як генерувати, так і поширювати у глобальних масштабах. Телеграм як екосистема, яка наразі зазнає мізерного впливу з боку законодавства України, є сприятливим середовищем для її поширення. Це несе ризики абсолютно для всіх брендів. Проте ризики істотно зростають для тих брендів, які хоча б раз розмістили рекламу в Телеграмі, адже факт розміщення позбавляє їх можливості публічно спростовувати власну офіційну присутність у цьому месенджері.
7. **Відсутність правового захисту.** Через непрозорість схеми оплати, структури власності як самого Телеграму, так і приналежності окремих його каналів, у випадку невиконання підрядником зобов'язань щодо виготовлення та/або розповсюдження реклами, відсутній дієвий правовий механізм судового захисту інтересів рекламодавця, зокрема, стягнення збитків видається малоімовірним.

#### IV. Рекомендації

З огляду на перелічені ризики, наголошуємо на критичній важливості свідомого та відповідального прийняття рішення про те, чи використовувати Телеграм для проведення кожної конкретної рекламної кампанії.

При прийнятті рішення (due diligence) рекомендуємо орієнтуватися на такі кроки:

1. **Регулярність переоцінки.** Рішення повинно прийматися щодо кожної рекламної кампанії та регулярно (не рідше ніж один раз на місяць) переглядатися з метою моніторингу наявності чи відсутності змін у політичному, економічному та правовому контексті.
2. **Вибір каналів.** Необхідно аналізувати, кому належить канал, та який контент він розміщує. Перевагу слід віддавати каналам, які належать громадянам та юридичним особам в Україні, з україномовним контентом та без будь-яких російських наративів. Оцінити ризики на випадок, якщо реклама буде поширена на інших каналах.
3. **Оцінка надійності підрядника.** Перевірити країну реєстрації, причетність його або його учасників до російської федерації, Республіки Білорусь та/або осіб, на яких накладено санкції. Звернути увагу на право, яке буде застосовуватися до договору, а також для вирішення спорів.
4. **Модель оплати.** Необхідно перевіряти отримувача коштів, а також її учасників/засновників та пов'язаних осіб. Оплата має здійснюватися банківським переказом з банківського рахунку замовника реклами. Через слабку правову захищеність рекламодавця рекомендовано уникати передоплати.

---

<sup>21</sup> [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf)

5. **Захист персональних даних.** Не передавати бази персональних даних для проведення рекламної кампанії у Телеграмі. У випадку, якщо все ж така передача здійснюється, перевірити наявність згоди суб'єктів персональних даних на використання їхніх даних саме у Телеграмі. Отримати від підрядника, який здійснює розповсюдження реклами у Телеграмі, запевнення, що ним дотримано вимог щодо захисту персональних даних стосовно підписників каналів, на яких здійснюється розповсюдження реклами.
6. **Захист конфіденційної інформації та комерційної таємниці.** Не передавати конфіденційну інформацію та комерційну таємницю для проведення рекламної кампанії у Телеграмі.
7. **Дотримання прав інтелектуальної власності.** Перевірити наявність прав інтелектуальної власності на всі елементи реклами для їх поширення у Телеграмі. Оцінити ризики на випадок, якщо реклама не буде видалена з Телеграму вчасно або буде поширена на інших каналах.
8. **Відповідальне використання систем штучного інтелекту.** При створенні та замовленні реклами у Телеграмі дотримуватися рекомендацій щодо його відповідального використання, розроблених IAB Ukraine<sup>22</sup> та Міністерством цифрової трансформації України спільно з Національною радою з питань телебачення і радіомовлення та МКІП<sup>23</sup>.
9. **Оцінити ризики невиконання зобов'язань підрядником або порушення ним законодавства та передбачити алгоритм власних дій.** Оцінити суму потенційних фінансових та організаційних втрат у випадку порушення будь-якого з перелічених вище пунктів (включно із потенційними позовами щодо захисту персональних даних, прав інтелектуальної власності тощо) та співвіднести такі втрати із сумою потенційного прибутку від розповсюдження реклами у Телеграмі.
10. **Повторно оцінити необхідність використання саме Телеграму,** зокрема, з урахуванням наявності альтернативних можливостей досягнення цільової аудиторії з огляду на широкий спектр медіа та різноманіття рекламних інструментів на рекламному ринку.

---

<sup>22</sup> <https://iab.com.ua/iab-ukrayina-pidgotuvaly-gajd-yurydychni-kryteriroboty-z-shi/>

<sup>23</sup>

[https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97\\_%D0%A8%D0%86\\_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0.docx.pdf](https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%A8%D0%86_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0.docx.pdf)