

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

А. А. Моросанова¹

МГУ имени М. В. Ломоносова / РАНХиГС (Москва, Россия)

УДК: 338

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТЕВЫЕ МЕДИА И ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ: QUO VADIS?²

С февраля—марта 2022 г. в российском сегменте интернета перестали быть легально доступны некоторые крупные социальные сетевые медиа (ССМ) и цифровые платформы. «Новые ограничения», вызванные как политикой цифрового протекционизма, так и санкциями, безусловно, влияют на рынки, на которых действуют ССМ, затрагивая напрямую и косвенно производство в реальном секторе экономики. Целью данной статьи является анализ текущей ситуации на рынках ССМ, с точки зрения как пользователей, так и игроков рынка, и выявление тенденций развития выбранного сектора в среднесрочной перспективе. На основе опыта зарубежных стран (Ирана и Китая), а также анализа сложившихся ограничений было выявлено, что для заблокированного/ограниченного цифрового сервиса сетевые эффекты, необходимость использования VPN и экономические стимулы (в виде наличия в доступе механизма продвижения контента, размещения рекламы и монетизации) оказывают более сильное влияние на его присутствие на внутреннем рынке, чем формальная блокировка. Чтобы политика цифрового протекционизма привела к долгосрочному устойчивому развитию отрасли ССМ, необходимо иметь рамочную стратегию развития с целями, учитывающими интересы сторон, в противном случае — при реагировании исключительно ad hoc — отрасль не способна создать сервисы, конкурентоспособные в общемировых условиях.

Ключевые слова: социальные сетевые медиа, барьеры входа, цифровой протекционизм, интернет-платформы, блокирование, VPN, цифровые платформы.

Цитировать статью: Моросанова, А. А. (2022). Социальные сетевые медиа и цифровые платформы в новых условиях: quo vadis? *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (4), 39–63. <https://doi.org/10.38050/01300105202243>.

¹ Моросанова Анастасия Андреевна — к.э.н., н.с., экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова; Институт прикладных экономических исследований, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; e-mail: aes@gapera.ru, ORCID: 0000-0002-2418-6706.

² Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

Автор выражает благодарность Андрею Евгеньевичу Шаститко, коллегам, работающим на кафедре конкурентной и промышленной политики, а также анонимным рецензентам, чьи замечания позволили улучшить статью.

A. A. Morosanova

Lomonosov Moscow State University / RANEPA (Moscow, Russia)

JEL: L86, L14

SOCIAL MEDIA AND DIGITAL PLATFORMS IN NEW CONDITIONS: QUO VADIS?¹

Since February–March of 2022 some large social media and digital platforms are no longer legally available in the Russian segment of the Internet. Digital protectionism and sanctions lead to “new restrictions” in social media markets which directly and indirectly affect the production in the real sector of the economy. The purpose of this article is to analyze the current situation in social media markets from the point of view of users and market players, and to identify the med-term development trends. Based on the experience of foreign countries (Iran and China), as well as on the analysis of the existing restrictions, it was found that network effects, the necessity of using a VPN and economic incentives (the availability of a mechanism for promoting content, advertising and monetization) have a stronger impact on the blocked or restricted digital service presence than its formal blocking. For digital protectionism to lead to a long-term sustainable development there should be a framework strategy with goals incorporating the market parties’ goals. Otherwise, with exclusively an ad hoc response, the industry is not able to create globally competitive services.

Keywords: social media, entry barriers, digital protectionism, internet platforms, blocking, VPN, digital platform.

To cite this document: Morosanova, A. A. (2022). Social media and digital platforms in new conditions: quo vadis? *Moscow University Economic Bulletin*, (4), 39–63. <https://doi.org/10.38050/01300105202243>.

Введение

В начале 2022 г. российские пользователи лишились доступа к различным социальным сетевым медиа: социальным сетям, цифровым платформам фото-, видео- и аудиоконтента. Это происходит как по решению самих компаний, так и из-за блокировки по решению исполнительной власти.

Социальные сетевые медиа (social media, ССМ) — это интернет-площадки, направленные на распространение информации через социальные взаимодействия (Шаститко и др., 2021). В последнее время ССМ и цифровые платформы по распространению видео- и аудиоконтента (например, онлайн-кинотеатры) являются основными ресурсами, эксплуатирующими внимание потребителей в интернете. Подобные платформы могут являться как прямыми конкурентами друг другу, так и дополнять друг друга по функционалу и свойствам. Сетевым медиа присуща проблема «курицы или яйца», в основе которой лежат сетевые эффекты: необходи-

¹ The article is written on the basis of the RANEPA state assignment research program.

мость набрать аудиторию на «одной стороне» платформы для привлечения широкой аудитории на второй. Крупные ССМ решили эту проблему, в том числе за счет технологического и инновационного развития сервиса, а также возможностей продвижения собственного контента.

Цель данной статьи — оценить новые ограничения, с которыми столкнулись социальные сетевые медиа и интернет-платформы при проводимой политике цифрового протекционизма, а также последствий решений самих компаний в свете возможных эффектов для пользователей и для индустрии в целом. Вначале будут рассмотрены новые ограничения на рынках ССМ, которые появились с февраля 2022 г., в российском сегменте интернета. Последующие разделы статьи посвящены более подробному разбору каждого из ограничений, а также анализу причин и последствий их возникновения. Затем в статье приводится обобщение зарубежного опыта блокировок ССМ. В конце раскрыты направления изменений в условиях конкуренции в сфере ССМ с участием платформ.

«Новые ограничения» на рынках ССМ

Кроме сетевых эффектов для рынков, на которых действуют ССМ, свойственны еще некоторые барьеры входа: неопределенность отдачи от вложений ресурсов, эффект «значение по умолчанию» (принуждение к предустановке ПО и сервисов на устройствах), неравный доступ к пользовательским данным, включение в экосистемы (Шаститко и др., 2021). Однако в текущих условиях для российского рынка стали характерны еще несколько факторов, связанных с санкциями со стороны зарубежных компаний и государственных органов, а также внутристрановых решений по ограничению доступа.

Можно выделить несколько новых ограничений для входа на российские рынки социальных сетей и платформ. Под новыми ограничениями мы будем понимать те препятствия, которые возникли с февраля 2022 г. из-за ввода санкций в отношении как Российской Федерации, так и отдельных хозяйствующих субъектов и физических лиц. С новыми ограничениями тесно связана политика цифрового протекционизма. «Цифровой протекционизм — это обширный термин, который относится к широкому спектру барьеров как для электронной торговли, так и для трансграничных потоков данных» (Aaranson, 2018). Такая политика наблюдалась и до событий в феврале 2022 г., в виде принятия законов о персональных данных (Федеральный закон..., 2006), «пакетов Яровой» (Федеральный закон..., 2016а; Федеральный закон..., 2016б), о Virtual Private Network (VPN) (Федеральный закон..., 2017) и, наконец, «О суверенном интернете» (Федеральный закон..., 2019). Несмотря на то, что эти законы принимались с 2000-х гг., их реализация во многом затянулась из-за необходимости в техническом переоборудовании и расширении мощностей. События

февраля 2022 г. подстегнули государственные органы к применению накопленного технического потенциала в проведении политики цифрового протекционизма. Политика цифрового протекционизма может отражать некоторые интересы экономики страны (например, национальная безопасность данных, снижение цифровой дискриминации по географическому признаку), но несет в себе ряд негативных факторов, которые могут привести к ухудшению «условий конкуренции на рынках и изменению стратегий компаний», в том числе в технологической эффективности и инновационной активности (Маркова, & Мелешкина, 2021).

Все эти ограничения накладывают отпечаток на функционирование существующих и популярных ССМ, а также могут выступать в роли барьеров на пути входа на российский рынок в следующих случаях:

- необходимость соблюдать законодательство о запрете «фейков» (Федеральный закон..., 2022), а также связанное с этим правовым ограничением отсутствие негативной позиции (в явном виде) руководства компаний по отношению к политике российского государства;
- возможность оплаты картами Mastercard или Visa российских банков;
- издержки использования VPN для доступа к заблокированным сервисам;
- наличие в доступе для потребителей инструмента для продвижения/рекламной деятельности/монетизации.

В экономической теории существует множество вариаций определенных барьеров входа. В работе (McAfee et al., 2004) были обобщены подходы к пониманию барьеров входа и, в частности, представлено следующее ключевое определение: «Барьеры входа с точки зрения антитраста — это издержки, которые откладывают возможность входа, тем самым снижая общественное благосостояние по сравнению с ситуацией, когда вход на рынок может произойти незамедлительно и за ту же плату» (McAfee et al., 2004, 463). Более того, авторы выделяют «дополнительные барьеры входа», которые не составляют непосредственно сами издержки входа, но способны повлиять на величину «основных барьеров». С этой точки зрения вышеперечисленные «новые ограничения», как минимум, относятся к дополнительным барьерам, влияющим на доступность входа на внутренние российские рынки ССМ. Стоит признать, что издержки использования VPN нельзя отнести напрямую к барьерам входа на легальный рынок ССМ в России, однако этот фактор нельзя исключать из анализа, так как заблокированные сервисы так или иначе присутствуют на рынке, пусть и в ином юридическом статусе.

Важно также понимать, что барьеры входа могут быть различными (как в качественном, так и количественном выражении) в зависимости от способа попадания фирмы на рынок: создание мощностей «с нуля»,

импорт или расширение имеющихся производственных мощностей (Шаститко, & Павлова, 2016). Расширение производственных мощностей в нашем случае связано с действиями существующих российских цифровых экосистем (Яндекс, Сбер, VK), для которых выход на новые цифровые рынки также будет затруднен из-за «новых ограничений».

Тем не менее данные ограничения оказывают различное действие на социальные сетевые платформы в зависимости от того, какой легальный статус имеет компания: ее страновая принадлежность и наличие официальной блокировки. Важность того или иного ограничения демонстрирует табл. 1.

Таблица 1

**Влияние «новых ограничений» на вход
и функционирование социальных сетевых медиа на российском рынке
(по типам легального положения платформ)**

	Согласие с законодательством и/или отсутствие негативной позиции по отношению текущей ситуации	Возможность оплаты картами российских банков	Издержки использования VPN	Наличие в доступе инструмента для продвижения/рекламной деятельности/монетизации
Заблокированные платформы	-	+	+	+
Иностранные не заблокированные (или желающие вернуться в легальную зону) платформы	+	+	-	+
Российские платформы	+	-	-	+

Источник: составлено автором.

Далее остановимся подробнее на всех выявленных ограничениях, откладывающих отпечаток на конкуренцию в отрасли социальных сетевых медиа.

Соблюдение российского законодательства и лояльность

Готовность соблюдать законодательство о запрете «фейков» (Федеральный закон..., 2022) и отсутствие негативной позиции (в явном виде) руководства по отношению к конфликту в Украине являются смежными препятствиями для входа (или продолжения функционирования) на российский рынок.

Все «ушедшие» социальные сетевые медиа были заблокированы по причине отказа соблюдать требования органов государственной власти РФ:

Instagram и Facebook (как части экосистемы Meta¹) за «дискриминацию российских СМИ и информационных ресурсов» (РКН, 2022) и Twitter за «распространение незаконной информации» (РКН, 2021). Однако социальная сеть TikTok самостоятельно ввела ограничения для российских пользователей: запрет на публикацию новых видео и недоступность иностранного контента. Как пояснили в самой социальной сети, сделано это было по причине неопределенности в возможностях соблюдения условий закона о запрете «фейков» (РИА Новости, 2022).

В свою очередь, цифровые платформы по распространению видео- и аудиоконтента, такие как Netflix (РБК, 2022), Spotify (Spotify, 2022), Megogo (Мельникова, 2022) напрямую заявили о том, что самостоятельно завершают деятельность в России в связи со сложившейся ситуацией, как в части отношения к новому законодательству, так и выражения позиции в отношении действий российских властей. Последнее может быть также следствием общественного давления, потребителей, регулирующих органов, которое может сказаться на финансовых активах компаний. Безусловно на деятельность зарубежных платформ повлияла невозможность оплаты картами Mastercard или Visa (Шелудченко, & Заруцкая, 2022), выпущенными российскими банками.

Отсутствие легальных платформ и источников контента (особенно онлайн-кинотеатров) в России подняло волну обсуждения (Мельник, 2022) о том, возможно ли открыть доступ к нелегальным источникам для скачивания — торрентам, официально запрещенным в 2016–2017 гг. Главным источником рунета был (и остается) RuTracker.org, самый масштабный по объему и числу раздач в русском сегменте интернета. После введения официального запрета и блокировки сервис наблюдал определенное падение в числе пользователей, но не в количестве загружаемого и потребляемого контента (iXBT.com, 2017).

Снятие официальных ограничений с RuTracker.org возможно и решит проблему доступа к содержанию иностранных заблокированных или ушедших сервисов с российского рынка, но в то же время навредит внутренним разработчикам и создателям контента из-за чувствительности к неформальным (и тем более к формальным) нормам, относящимся к допустимости потребления пиратского контента.

Более того, на пиратскую деятельность оказывают влияние и нормы поведения в интернете, включая допустимость кибербуллинга, анонимных оскорблений и т.д. (Yubero et al., 2017). Официальное признание допустимости пиратства в отношении ушедших с российского рынка компаний повлечет за собой допустимость такого поведения и в отношении «своих», так как морально-ценностный механизм защиты результатов интеллектуальной деятельности носит универсальный характер (Sahn et al., 2010).

¹ Корпорация Meta признана экстремистской и запрещена в РФ.

Необходимо также брать в расчет, что иностранные пользователи будут иметь возможность практически легально с использованием VPN (который не запрещен в большинстве стран) скачивать бесплатно любой «взломанный» контент, официально доступный в России.

Последнее десятилетие характеризовалось возрастающей долей потребления легального контента, особенно в части легального программного обеспечения (BSA, 2018). Наблюдался также резкий спад пиратского сегмента рынка в 2019 г. (Group-IB, 2019). Онлайн-платформы из-за удобства легального пользования перетянули пользователей, для которых издержки поиска бесплатного доступа выше, чем оплата пользования. Формальное разрешение пиратской деятельности на государственном уровне разрушит неустойчивую тенденцию к нормализации отношения к авторскому праву, а также затронет экономическую мотивацию для создания инноваций и стимулы по поддержанию существующих ресурсов.

Однако официальная разблокировка RuTracker.org не означает доступность на территории РФ — представители RuTracker.org высказались, что не откроют доступ даже в этом случае (Коммерсантъ, 2022). Со стороны других крупных торрентов нельзя ожидать однозначной реакции на изменение формальных правил распространения информации в России. Из десяти крупнейших сервисов доступны с VPN восемь, один из них (самый крупный) номинально доступен, но даже с VPN не выдает искомые материалы.

Такие платформы, как торренты, имеют сильные сетевые эффекты. Во-первых, это касается числа доступных для скачивания файлов, а во-вторых, скорость скачивания напрямую зависит от числа пользователей, уже скачавших этот же файл. Соответственно, для таких сервисов особо актуальна проблема «первичного набора аудитории», необходимости решения проблемы коллективных действий. Поэтому создание с нуля подобных «отечественных» сервисов может оказаться не только неэффективным, но и разрушительным с точки зрения стимулов для создания результатов интеллектуальной деятельности.

Оплата картами российских банков

Санкции, выраженные в запрете использования карт Mastercard или Visa за рубежом, сказались на деятельности иностранных площадок. При этом данный барьер оказался гораздо более трудно преодолить, чем наличие российского аккаунта или IP-адреса. Наличие VPN и возможность перерегистрации в другом регионе могли помочь в обходе запретов и блокировок, но невозможность оплатить сервис блокирует доступ к контенту для российских пользователей. Были также заблокированы и пути обхода — сервис PayPal также недоступен в России (Батыров, 2022). Есть другие рискованные, но доступные способы: первый —

это покупка подарочных сертификатов (gift cards) различных регионов «с рук»: при этом возрастают риски обмана, а также есть необходимость настройки VPN на ту страну, чей сертификат куплен. Второй — подключение к семейному зарубежному аккаунту, покупка такой возможности также осуществляется на сайтах частных объявлений или иных социальных сетях. В целом, эти способы требуют дополнительных транзакционных издержек, которые складываются из издержек поиска доступных вариантов, издержек переговоров с продавцом подарочных сертификатов или доступа к семейному аккаунту, издержек, связанных с дополнительной настройкой VPN и самих сервисов, а также возрастают риски оппортунистического поведения. В целом, использование зарубежных сервисов с помощью «обходных путей» возможно, однако в условиях наличия альтернатив (как легальных, так и нет) сильно возросшие транзакционные издержки могут остановить даже очень лояльных к сервису пользователей.

Данный барьер является труднопреодолимым для интернет-платформ, хотя технически есть возможность его преодолеть. При наличии лояльности к российской аудитории и нежелании терять объемную долю рынка (с учетом того, что такие компании значительно экономят на масштабе), возможно найти специфические «пути обхода» сложившейся ситуации: оплата с помощью карт «Мир», создание дочерних компаний, собирающих плату только с российских граждан. Однако при наличии совокупности ограничений с учетом социального и политического давления нельзя ожидать подобных шагов от ушедших с российского рынка компаний.

Наличие VPN

Критически значимым использование VPN-сервисов становится только для заблокированных сервисов, которые официально запрещены в Российской Федерации, но их наличие «в серой зоне» нельзя исключать из анализа рынков ССМ. Применение VPN-сервисов сопряжено с возросшими транзакционными издержками, связанными с поиском и выбором надежного сервиса, навыками в его использовании, а также необходимостью периодической активации сервиса (из-за того, что некоторые «местные» сервисы, в частности интернет-банкинг, не предусматривают возможность работы с включенным VPN). Эти издержки составляют определенные барьеры, препятствующие доступу к заблокированным приложениям или сайтам ССМ.

VPN-сервис помогает защищать частный трафик от стороннего вмешательства и дает доступ к заблокированным на определенной территории сервисам и сайтам. Технически механизм, с помощью которого предоставляются такие услуги, могут несколько отличаться, но их суть

единая — изменение уникального IP-адреса. Однако заблокированные сайты, по сути, исключены из легального рынка в РФ, на них перестают работать привычные цепочки монетизации (остается только интегрированная в контент реклама¹), а следовательно, при анализе рынка их можно рассматривать лишь в качестве «серой зоны». Более того, в корпорации, признанные в РФ «экстремистскими», не смогут приходить рекламодатели даже для интегрированной рекламы.

Рынок сервисов VPN представляет собой яркий пример сегмента, который сейчас переживает сильный подъем. Количество загрузок самых популярных VPN-приложений в России за период с 25 февраля по 1 марта 2022 г. увеличилось на 1268% (Appfigures, 2022). По другим данным, «число пользователей VPN-сервисами с января 2022 г. к началу апреля выросло в 53,5 раза» (ТАСС, 2022).

О всплеске скачиваний VPN-сервисов свидетельствует и статистика Google Trends как поисковых запросов VPN или ВПН, так и количества скачиваний такого вида ПО (рис. 1).

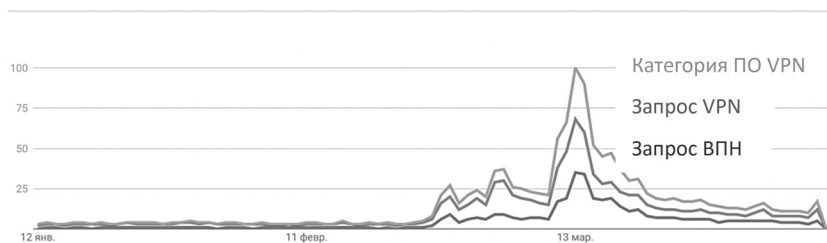


Рис. 1. Динамика популярности категорий запросов VPN и ВПН, и категории программного обеспечения VPN за 90 дней

Источник: Google Trends.

Предыдущий всплеск популярности скачиваний ПО, предоставляющего услуги смены IP-адреса, наблюдался в апреле 2018 г. и был связан с блокировкой Telegram, но это увеличение в несколько раз меньше текущего (рис. 2). VPN-сервис, по сути, является платформой, соединяющей сторону пользователей и сторону сервисов, для которых использование VPN необходимо (это не обязательно должно быть связано с блокировками, а может быть условием безопасности данных и личной информации). Возросшее количество сервисов, для которых VPN необходим, привлекло большее количество потребителей.

¹ Интегрированная реклама — такой формат рекламы, при котором она подается как другая форма медиа (фото, видео, текст) в рамках публикаций пользователей, как правило, имеющих значительное число подписчиков. В отличие от рекламы, размещаемой самой платформой, является объектом сделки между двумя сторонами (рекламодателями и пользователями, размещающими рекламу) напрямую, без участия платформы.



Рис. 2. Динамика популярности категории программного обеспечения VPN за 90 дней
 Источник: Google Trends.

Но и до февраля 2022 г. рынок VPN-сервисов рос: по экспертным оценкам в 2020 г. общий объем рынка в России составил 5 млрд руб. (Глобал АйТи, 2021). Рынок VPN-сервисов относится к рынку информационной безопасности (142,6 млрд руб. по итогам 2020 г.).

В 2020 и 2021 гг. в России наблюдался устойчивый рост рынка VPN-сервисов, который определялся необходимостью удаленной работы и деятельностью Роскомнадзора. В связи с этим росли цены на услуги VPN: например, в 2021 г. длительная подписка на NordVPN подорожала на 5%, а сервис Surfshark в 2020 г. повысил цены на 25%, с 1,99 до 2,49 долл. (Савкин, 2021).

Можно выделить три типа сервисов VPN:

- бесплатные: у пользователей возникают риски передачи их личной информации третьим лицам, так как сам сервис может консолидировать информацию, которую отправляет пользователь. По статистике за 2019 г., на мировом рынке 84% скачиваний VPN — бесплатные программы (Top10VPN, 2019);
- платные: подписывая пользовательское соглашение, пользователь снижает риски утечки личной информации, однако нельзя утверждать, что имеется 100%-ная гарантия сохранности данных. Из-за невозможности оплатить картами Mastercard или Visa зарубежные сервисы, многие из них также окажутся недоступными для российских граждан;
- личные: данные высоко защищены, однако требуются технические навыки по созданию личного VPN-подключения и ресурсы на его поддержание.

Для рынка VPN необходимо учитывать правовые аспекты его регулирования. В 2017 г. принят Федеральный закон от 29.07.2017 № 276-ФЗ (Федеральный закон..., 2017), который регулирует деятельность анонимайзеров (например, браузер Tor) и VPN-сервисов. Официально всю деятельность VPN-сервисов запретить не могут, так как они используются для удаленного доступа к корпоративным и государственным сервисам (что особенно оказалось полезным в условиях удаленной работы в связи с пандемией COVID-19), однако имеется запрет на их использование с целью обхода блокировок сайтов и сервисов, запрещенных на территории РФ. Имеется

также запрет на включение этих сервисов в поисковую выдачу поисковиков. В то же время власти официально объявляют о том, что пользование частными лицами сервисами, даже признанными экстремистскими на территории РФ, не будет преследоваться законом (Прохорская, 2022).

Первые блокировки VPN-сервисов произошли в 2021 г., в течение которого были запрещены порядка 20 сервисов, отказавшихся подключаться к федеральной государственной информационной системе (ФГИС). По сути, подключение к данной системе позволяет так или иначе отслеживать трафик, проходящий через такие VPN-сервисы. Блокировка стала возможной из-за внедрения системы технических средств противодействия угрозам (ТСПУ), подконтрольной РКН (RosKomSvoboda, 2021).

С учетом этого можно отметить, что на российском рынке VPN-сервисов в ближайшем будущем появятся следующие компании:

- «официально разрешенные» сервисы, подключенные к ФГИС;
- входящие в «серую зону» — те сервисы, которым требование подключения ко ФГИС еще не было представлено, но может быть представлено в будущем;
- личные или корпоративные VPN, «клубные блага», доступные закрытой группе.

По сути, наличие технической возможности обхода блокировок служит препятствием для политики цифрового протекционизма, однако нельзя исключать тот факт, что дополнительные транзакционные издержки разного характера, связанные с использованием VPN-сервисов, являются определенными барьерами и для заблокированных сервисов.

Реклама и монетизация

В настоящее время российская экономика столкнулась с формированием большого неформального сектора социальных сетевых платформ. До недавних пор подобное явление имело место, однако такие платформы носили, прежде всего, криминальный характер взаимодействий (например, даркнет-рынки по торговле наркотическими веществами). Сегодняшние стремления к сохранению привычных платформ в доступе носят скорее легальный экономический и социальный подтекст — нежелание терять сформированную аудиторию и контакты, а также привычные форматы публикации контента.

К неформальной экономике относятся те действия экономических единиц, которые сознательно укрываются от государства. Использование средств обхода блокировок является тем инструментом, который не только дает российским пользователям доступ к заблокированным платформам, но и позволяет укрывать факт такого доступа. Важно подчеркнуть, что неформальный сектор, как правило, имеет множество связей с формальным и практически от него не отделим.

После блокировки платформ наблюдается снижение российской аудитории, что подтверждается по данным Mediascope (РБК, 2022):

- аудитория Instagram сократилась на 16% (с 39 млн человек 24 февраля 2022 г. до 34 млн на следующий день после введения ограничения);
- аудитория Facebook — более чем на 40% (с 10 млн до 6 млн человек по состоянию на 15 марта 2022 г.).

Многие пользователи заблокированных социальных сетей перешли на иные каналы вещания — Telegram или VK. Но средняя конверсия при переходе из Instagram в другие социальные сети составляет незначительное число — 2,9% (по данным на 14 марта 2022 г.).

Такой маленький процент перехода можно объяснить следующими факторами:

1. Возможность подключения к Instagram через VPN. Аудитории проще поставить дополнительный сервис, который позволит просматривать контент на привычной платформе, где сохранился прежний круг подписок.
2. Изменение в формате представления информации. Специфика и первичность визуального представления в Instagram (фото и видео, а также наличие сторис) несколько не подходит для иных платформ, где на первом месте — текстовая информация. Потребуется время для нахождения своего формата вещания, а также для формирования привычки аудитории к этой платформе.
3. Издержки переключения. Для подписок на новой платформе от аудитории требуется временные затраты на поиск и/или переход по ссылкам, особенно если круг подписок в Instagram был большой. В первую очередь подписываются на каналы тех пользователей, чей контент наиболее интересен. Происходит «переоценка ценности» источника, некоторые каналы навсегда потеряют большую часть аудитории, так как пользователи сочли, что издержки переключения выше значимости источника.
4. Чрезмерно «раздутое» количество подписчиков в Instagram, которые не были активными пользователями, а могли прийти в аккаунты благодаря рекламным кампаниям/social media marketing (SMM). Блогеры будут проводить отдельные SMM-мероприятия по привлечению аудитории на новых площадках.

Не менее важна роль социальных сетей для продвижения продуктов, создаваемых индивидуальными предпринимателями, самозанятыми или небольшими частными предприятиями. Instagram использовался в качестве «витрины», где можно было найти как доступный ассортимент, так и другую информацию: о способах заказа, доставке и пр. Фотографии или иллюстрации помогали улучшить возможности по ориентированию, поиску, показу сообщений. По признанию самих Instagram-магазинов,

ни одна другая платформа не дает такого количества заказов и охватов/просмотров самого контента (Бизнес Online, 2022).

Любая цифровая платформа связывает, как минимум, две стороны — сторону «спроса» (потребителей) и сторону «предложения» (производителей контента). Зачастую на платформе имеется и третья сторона — рекламодатели, агенты, которые могут размещать рекламу своей продукции или услуг через специальный механизм продвижения, интегрированный в платформу. Отличие Instagram от других площадок заключается в том, что рекламодателем на этом сервисе может быть только пользователь, имеющий бизнес-аккаунт. По сути, это дает возможность рекламировать свой Instagram-магазин двумя способами: напрямую через механизм продвижения и через «сарафанное радио», публикуя интересный для пользователей контент (рис. 3).



Рис. 3. Взаимодействия сторон на платформе Instagram
Источник: составлено автором.

Instagram и Facebook использовали механизмы продвижения рекламы, которые можно было настроить в том числе и в едином центре — через рекламный кабинет Facebook. Еще до блокировки вышеперечисленных платформ руководство экосистемы приняло решение отключить возможность рекламного продвижения российских аккаунтов, эта функция не доступна даже при использовании VPN (на рис. 3 эти взаимодействия выделены стрелками с черной жирной рамкой). Все остальные взаимодействия на платформе могут быть доступны с помощью использования VPN, но только не те, которые ограничила сама платформа по своему усмотрению. Единственным эффектом, который может сказаться на функционировании платформы в условиях входа через VPN, — искажение информации со стороны пользователей, которые могут «представляться» пользователями из другой страны. Это может внести коррективы в собираемые

большие данные для отлаживания механизмов продвижения и рекламы, давая неверные сигналы о пользовательских предпочтениях.

Предмет сделки между потребителями контента и рекламодателями лежит в реальном секторе. Отсутствие возможности продвигать свои товары и услуги является критически важной для всей экономики. На платформах остается доступным другой вид рекламы — рекламные интеграции, являющиеся, по сути, прямым договором между рекламируемым аккаунтом и аккаунтом, который размещает рекламу («блогером»). По подсчетам, «с 14 марта по 20 марта охваты уменьшились почти вдвое» (Dnative, 2022), что означает снижение эффективности рекламных интеграций.

Низкая конвертация пользователей в другие социальные сети может сильно сказаться на благосостоянии самозанятых, которые в условиях нарушения цепочек поставок материалов, роста цен на производственные материалы и оборудование и изменения логистики лишаются и удобных площадок для саморекламы. Даже при условии перехода в иные социальные сети, где реклама и продвижение возможны, главной проблемой остается удержание аудитории в новом формате вещания.

Как было показано выше, представленные барьеры входа и ограничения конкуренции на рынках социальных сетевых медиа имеют различную степень влияния на компании в зависимости от их юрисдикции и легального статуса, что позволяет определить несколько тенденций в дальнейшем развитии событий в исследуемой сфере.

Зарубежный опыт блокировки ССМ

Всего в мире можно назвать десяток стран, на территории которых социальные сетевые медиа заблокированы, в том числе Туркменистан (YouTube, Facebook, Twitter, ВК, WhatsApp, Viber), Узбекистан (Twitter, TikTok, ВК), Украина (ВК, Одноклассники). Но именно на примере Ирана и Китая можно наблюдать, как в таких странах возникают аналоги глобальных интернет-платформ и формируется специфическая аудитория. Для сопоставления рынков ССМ важно упомянуть, что уровень проникновения интернета в Иране на 2020 г. составлял 84,1% (The World Bank, 2022), в Китае в 2021 г. — 73% (1,032 млрд человек пользователей) (Сnnic, 2022), а в России в 2021 г. — 85% (The World Bank, 2022).

Главное отличие от российских реалий состоит в том, что Китай изначально строил «закрытый интернет», куда зарубежные сайты не могут проникнуть (за редким исключением), а в Иране блокировка различных глобальных ССМ случилась во времена их активного становления, когда не были набраны столь обширная аудитория и значительный потенциал влияния, а следовательно, не было большой «привязки» к определенным платформам (Vs.ru, 2022). В России мы наблюдаем уникальный случай, когда страна с достаточно качественным и быстрым доступом в интернет

и уже с сформированными аудиториями у крупных платформ, этих платформ лишилась. Помимо прочего, международные ССМ давали доступ к общению с людьми, которые не зарегистрированы на иных «локальных» платформах, расширяя «круг общения» и международные связи.

Иранский сервис Ararat достаточно легко набрал аудиторию и является прямым конкурентом YouTube (который доступен только через VPN-сервис и не предоставляет возможности монетизации контента иранским пользователям) (Vs.ru, 2022). В Иране также имеется кейс по созданию социальной сети (Cloob) по заказу правительства с целью «заполнения недостатка в социальных сетях». Данная сеть стала крупным игроком на рынке, которая помимо площадки для обмена сообщениями представляет услуги по поиску работы и торговли товарами и услугами. Но тем не менее одним из популярных сервисов в Иране является Telegram, несмотря на то, что доступен он только с помощью VPN-сервиса. Это связано с низкой скоростью интернета по всей стране, поэтому сервисы-конкуренты плохо доступны с мобильных устройств в отличие от Telegram (Смагин, 2019).

Исследование цифрового протекционизма в Иране подтверждает (Yalcintas, & Alizadeh, 2020), что подобная политика подтолкнула к созданию ряда «внутренних» сервисов (интернет-магазинов, социальных сетей, цифровых платформ), которые благодаря отсутствию мировых конкурентов завладели широкой аудиторией. Одной из провозглашаемых целей этой политики со стороны властей Ирана является защита пользовательских данных, что на деле означало смену «держателя» этих данных — вместо международных экосистем данные используются правительством Ирана и иными исполнительными органами.

Цифровой сектор Ирана, несмотря на наличие субсидий, не произвел уникальные конкурентоспособные продукты (Salamzadeh, & Kesim, 2017), все сервисы, возникшие в стране, являются «клонами» зарубежных ресурсов, восполняющими их недостаток там. В этом заключается главная проблема цифрового протекционизма — отсутствие долгосрочного плана по развитию отрасли. Власти корректируют законодательство исключительно ad hoc, реагируя на внешние или внутренние угрозы, в зависимости от экономической и политической обстановки.

Случай Китая показателен тем, что в этой стране возникло большое количество удобных сервисов (например, WeChat, Douyin), популярных настолько, что им пришлось делать международные версии «для экспорта». Как правило, функционал международных версий беднее, чем у внутренних оригиналов, и они не доступны для пользования внутри страны. Главный вывод, который можно сделать из китайского опыта, — то, что устойчивая, функциональная платформа, решившая проблему «курицы или яйца» (пусть и монопольным, безальтернативным путем), начинает генерировать интересный контент, который привлекает и зарубежных пользователей, выходит на международный уровень, но при этом сохраняет разделение

на внутренних и внешних пользователей из-за разницы в законодательстве. Важно также подчеркнуть, что внутренние рынки Китая, связанные с ССМ, очень конкурентны, каждый сервис имеет альтернативы, которые могут незначительно отличаться по функционалу.

Здесь виден контраст с политикой цифрового протекционизма, проводимого в Иране и Китае. Несмотря на то, что уровень проникновения интернета в Китае ниже, но за счет величины внутреннего рынка в абсолютном выражении, высокой конкуренции внутри и государственной поддержке стартапов страна смогла взрастить цифровые экосистемы (Baidu, Alibaba и Tencent), которые являются крупными игроками на международном уровне.

В России тоже имеются крупные экосистемы, которые появлялись и развивались в относительно открытое для международного сотрудничества время. В текущих условиях перед цифровыми крупными игроками возникли дополнительные трудности в инновационном развитии. Создание институтов, не рассматривающих интересы затрагиваемых сторон в среднесрочной или долгосрочной перспективе, не дает возможности развивать цифровые отрасли в полной мере, с возможностями, которые дает протекционизм для внутренних игроков. Во многих случаях протекционистская политика не дала ожидаемых результатов из-за недостатков в обеспечении высококачественных альтернатив и существования различных методов обхода вводимых ограничений, таких как VPN.

Тенденции в конкуренции на рынках социальных сетей и платформ

Исходя из сложившейся ситуации, а также из-за возможного дальнейшего блокирования популярных социальных сетевых медиа¹ можно сделать предположения об основных тенденциях развития этих рынков и состояния конкуренции на них. Пользователи привыкли к имеющимся возможностям, которые были у заблокированных платформ, и склонны искать варианты, которые могут предоставить недоступные услуги, что скажется на работе уже имеющихся сервисов, так и новых, разрабатываемых.

Конкурентное преимущество — механизмы продвижения. Наличие официальной блокировки в России не означает уход с рынка: подключение через VPN позволяет оставаться достаточно обширной аудитории на этих же платформах. Однако критическим фактором, который позволяет платформе существовать даже в таких условиях, является наличие в доступе механизма продвижения (рекламы) или механизмов монетизации.

¹ Например, видеохостинг YouTube, который по состоянию на июнь 2022 г. остается в доступе в России, но отключил монетизацию для всех российских пользователей.

В текущих условиях отключена монетизация на YouTube, сервисы в экосистеме Meta заблокированы, что не позволяет распространять встроенную рекламу даже через VPN. Это имеет следующие последствия:

1. После официального запрета определенных сервисов многие рекламодатели откажутся от любого размещения рекламы на этих площадках из-за возможных юридических последствий, а также из-за сложностей прогнозов в уровне отдачи (охватов) от такого размещения.
2. Блогеры, оставшиеся на заблокированных или ограниченных в сервисах платформах, будут использовать только рекламу, интегрированную в собственный контент, но лишь тех рекламодателей, кто не откажется от размещения на этих платформах.
3. Смещение контекстной рекламы в доступные сервисы. В Telegram контекстная реклама появилась относительно недавно, и, по всей видимости, своевременно — в октябре 2021 г. В ближайшем будущем возможны изменения в частотности показов рекламы и ее визуализации, так как объем рекламы в Telegram ожидаемо вырастет.

Качество самого механизма распространения рекламы/монетизации напрямую зависит от уровня доступной информации о пользователях и их предпочтениях. В условиях использования VPN эта информация искажается, что, возможно, косвенно скажется на функционировании алгоритмов даже в других странах. Если оперировать в терминах экономики внимания (Шаститко и др., 2022; Evans, 2020; Festre, & Garrouste, 2015), то можно сказать, что на рынке социальных сетей возникает теневой рынок внимания, где «теневые пользователи» из России с использованием VPN-сервисов следят за «теневыми производителями контента», давая ложные сигналы о предпочтениях граждан других стран. Наличие действующих «легальных» механизмов продвижения и рекламы является конкурентным преимуществом для тех социальных сетей, которые остались на российском рынке или которые могут потенциально возникнуть.

Заблокированные социальные сети не исчезнут. В среднесрочной перспективе нельзя сказать, что заблокированные сервисы полностью исчезнут с российского рынка. Здесь действуют те же механизмы, которые относятся к барьерам входа на эти рынки — сетевые эффекты и решение проблемы коллективных действий. Набранная аудитория у блогеров, с одной стороны, и сформированный список подписок у пользователей, — с другой, не дает быстрого перехода на «свободные» сервисы. Более того, отсутствие необходимости соблюдать российское законодательство и требования исполнительной власти (из-за официальной блокировки и запрете деятельности в российском сегменте) могут послужить некоторым дополнительным преимуществом для пользования заблокированными сервисами.

Важным условием функционирования таких платформ является отсутствие денежной платы за пользование. Сервисы, в основе которых лежит необходимость оплаты (например, онлайн-кинотеатры), сильно сократят свое присутствие на российском рынке. Такая ситуация будет сохраняться до тех пор, пока не вернется возможность оплаты российскими банковскими картами, даже несмотря на возможности обхода (например, оплата картами зарубежных банков), так как они сопряжены с большими транзакционными издержками. Однако если этот запрет продержится достаточно долгое время, их доля рынка может значительно сократиться за счет расширения подписок на местные сервисы или нелегальные торрент-сервисы. В этой ситуации ключевыми механизмами для развития ССМ были и остаются наличие оригинального контента и удобство пользования. Первого преимущества лишены местные онлайн-сервисы, а второго — торрент-сайты. Наличие оригинального контента только на зарубежных платформах может быть еще обусловлено тем, что отдельные авторы могут отказаться сотрудничать с российскими площадками из-за личных убеждений.

Изменения в функционале имеющихся платформ. Некоторые привычные форматы предоставления информации ушли вместе с заблокированными сервисами. Но тенденции по интегрированию схожих сервисов в платформы наблюдались в любой период времени. Следует ожидать восполнения «пробелов» в доступных сервисах, например появление аналога сторис в Telegram. Однако не следует рассчитывать на моментальную реакцию от компаний, оставшихся в России, но имеющих большую аудиторию по всему миру, так как подобные решения несут под собой серьезные инвестиции и вложения в производственные мощности, а отдача от российской аудитории (особенно в очень нестабильных законодательных решениях по доступу к ресурсам) может их не покрыть.

Появление новых российских участников рынка. Возможно появление крупных аналогичных заблокированным сервисов в существующих цифровых экосистемах — Яндекс, Сбер, VK. Имеются также инициативы от небольших частных инвесторов, в частности, Россграм, запуск этой платформы был назначен на 28 марта 2022 г., но был отложен. Для развития подобной крупной платформы, рассчитанной на сопоставимую аудиторию с Instagram, необходимы соответствующие мощности, получение которые в условиях импортных санкций и нарушенных цепочек поставок, становится проблематичным.

В текущих условиях новые сервисы будут ориентированы по большей части на российский сегмент интернета, что означает большее замыкание российского сегмента интернета внутри страны. По аналогии с китайским опытом, успешные внутренние продукты могут рассчитывать и на выход на международный уровень, но, вероятно, это будут специальные «экспортные» версии продукта, недоступные внутри страны.

Более того, так как схожий функционал диктует и схожее визуальное оформление (веб-дизайн), то здесь не исключены риски судебных разбирательств со стороны копируемых сервисов к «новичкам». Важно заметить, что подобные разбирательства, основанные на претензии к визуальному оформлению сайтов/сервисов, случались в последние десятилетия, однако не увенчались успехом для владельцев оригинального продукта (Тясто, 2021). Визуальное оформление — наименее защищенный от копирования элемент социальных сетей, однако именно оно может и быть главным инструментом привлечения новых пользователей.

Государственные органы и «местные» компании могут рассматривать протекционистскую политику как наилучшую меру снижения зависимости национальной экономики от иностранных крупных корпораций. По утверждению Элиноор Остром, «прошлый институциональный выбор открывает одни пути и блокирует другие для будущего институционального развития» (Ostrom, 1990). В экономике, где курс протекционистской политики шел от сфер реального сектора экономики и финансов (Guerrigero, 2020), он непременно приводит к защите «собственных» ССМ и СМИ (Lourenço, & Turner, 2019; Mazzucato, 2011). Однако «цифровое импортозамещение» не даст положительных результатов и развития этой отрасли без наличия заранее определенных целей и при наличии способов обхода барьеров (Yalcintas, & Alizadeh, 2020). Этот вывод нельзя трактовать как «рецепт развития отрасли ССМ» в принципе, так как эта сфера сильно зависит от международных связей и инвестиций, конкурентного давления и выхода на мировую аудиторию. Но нужно исходить из того, что Россия уже оказалась в ситуации необходимости проведения политики цифрового протекционизма, поэтому введение таких ограничений требует соответствующих поддерживающих мер, хотя бы на уровне «рамочных договоров» с целью создания некоторого горизонта планирования развития отрасли.

Выводы

Причины возникновения «цифрового протекционизма» лежат в политике в реальном и финансовом секторах экономики, а также в желании государства перенести возможности контроля персональных данных и информации из сферы влияния крупных иностранных корпораций в «собственные руки». В итоге «цифровой протекционизм» приводит к значительным изменениям в том же реальном секторе: примеры Ирана и Китая свидетельствуют о том, что это дает возможности для завоевания аудитории «местным» ССМ, которые дают площадки для взаимодействия потребителей и производителей.

На эффективность протекционизма в цифровой сфере влияет два фактора:

- наличие средств обхода блокировок (VPN);
- наличие рамочной стратегии развития отрасли с целями, учитывающими интересы игроков цифрового рынка.

Политика, направленная исключительно на ad hoc реагирование и закрытие возникающих недостатков, не приводит к развитию рынков ССМ, отрасль не произведет сервисов, способных конкурировать в общемировых условиях.

Можно наблюдать попытки государственных органов по решению проблемы обхода блокировок: принятие законов, ужесточающих наказание за их использование, и внедрение технических способов контролирования трафика. Парадоксально, что для этих целей наиболее эффективным способом оказываются не прямые запреты, решение самих ССМ по ограничению возможностей продвижения, монетизации и размещения рекламы, являющихся движущей силой для производства в экономике (особенно важно для мелкого и среднего бизнеса).

К «новым ограничениям» оказались наиболее чувствительны платформы, имеющие в основании функционирования систему платных аккаунтов и распространяющие собственный контент. Возможности по использованию VPN (которые нельзя запретить глобально, а только точечно), а также наличие барьеров выхода, связанных с сетевыми эффектами, свидетельствуют о том, что теневое пользование заблокированными или ушедшими сервисами будет продолжаться на российском рынке.

Список литературы

Батыров, Т. (2022, 05 марта). PayPal приостановила работу в России. *Forbes.ru*. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.forbes.ru/finansy/458155-paypal-priostanovila-rabotu-v-rossii>

Бизнес Online. (2022, 21 марта). Работы стало в 3 раза больше, а денег – в 4 раза меньше: из «Инсты» утекают бюджеты, но блогеры остаются. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.business-gazeta.ru/article/543980>

Глобал АйТи. (2021, 13 ноября). Анализ российского рынка информационной безопасности. Дата обращения 30.04.2022, <https://diamond-fw.ru/blog/detail/analiz-rossijskogo-rynka-informatsionnoj-bezopasnosti/>

Коммерсантъ. (2022, 18 марта). RuTracker будет недоступен россиянам, даже если его разблокирует Роскомнадзор. Дата обращения: 30.04.2022, <https://www.kommersant.ru/doc/5265246>

Маркова, О. А., Мелешкина, А. И. (2021). Цифровой протекционизм: миф или реальность. *Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал, 13(2)*, 26–40. <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2021-13-2-26-40>

Мельник, Е. (2022, 18 марта). Кино в подполье: где россияне будут смотреть новые фильмы и сериалы. *ForbesLife*. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.forbes.ru/forbeslife/459377-kino-v-podpol-e-gde-rossiane-budut-smotret-novye-fil-my-i-serialy>

Мельникова, Д. (2022, 02 марта). Megogo прекращает свою деятельность в России. *Афиша Daily*. Дата обращения 30.04.2022, <https://daily.afisha.ru/news/60575-megogo-prekraschaet-svoyu-deyatelnost-v-rossii>

Прохорская, А. (2022, 21 марта). Чем грозит пользователям признание Facebook и Instagram экстремистскими ресурсами. *Forbes.ru*. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/459529-cem-grozit-priznanie-facebook-i-instagram-ekstremistskimi-resursami-pol-zovatelam>

РБК. (2022, 20 марта). Как изменилась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика. Дата обращения 30.04.2022, https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666?from=from_main_3; <https://www.business-gazeta.ru/article/543980>

РБК. (2022, 7 марта). Netflix приостановил работу в России. Дата обращения 30.04.2022, https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/03/2022/62251da49a7947899dd17b63

РИА Новости. (2022, 06 марта). TikTok ввел ограничения на работу сервиса в России из-за закона о «фейках». Дата обращения 30.04.2022, <https://ria.ru/20220306/tiktok-1776971728.html>

РКН. (2021, 01 марта). Twitter злобно нарушает российское законодательство. Дата обращения 30.04.2022, <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news73436.htm>

РКН. (2022, 04 марта). Приняты ответные меры на ограничение доступа к российским СМИ. Дата обращения 30.04.2022, https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74156.htm?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com

Савкин, И. (2021, 06 августа). В 2021 году прогнозируется рост цен на VPN, из-за деятельности Роскомнадзора. Дата обращения 30.04.2022, <https://kod.ru/vpn-stonks-roskomnadzor>

Смагин, Н. (2019, 22 января). Блокируй, но пользуйся. Как соцсети стали главной площадкой для иранских политиков. *Московский Центр Карнеги*. <https://carnegie.ru/commentary/78170>

ТАСС. (2022, 11 апреля). Число пользователей VPN-сервисами с начала 2022 года выросло в 53,5 раза. Дата обращения 30.04.2022, https://tass.ru/ekonomika/14339659?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com

Тясто, Ю. (2021, 11 ноября). Защита страницы социальной сети как цифровой актива и необходимость учета ее правовой природы. *Гарант*. <https://www.garant.ru/article/1502104/>

Федеральный закон от 01.05.2019 № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О связи” и Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”» (последняя редакция).

Федеральный закон от 04.03.2022 № 32-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статьи 31 и 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» (последняя редакция).

Федеральный закон от 06.07.2016(а) № 374-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О противодействии терроризму” и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности» (последняя редакция).

Федеральный закон от 06.07.2016(б) № 375-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности» (последняя редакция).

Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (последняя редакция).

Федеральный закон от 29.07.2017 № 276-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”» (последняя редакция).

Шаститко, А. Е., Маркова, О. А., Моросанова, А. А., Казарян, С. В., & Магоня, Д. В. (2021). *Подходы к оценке состояния конкуренции на рынках сервисов с функциями видеохостинга в свете требований российского антимонопольного законодательства: коллективная монография*. Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова.

Шаститко, А. Е., Моросанова, А. А., & Маркова, О. А. (2022). Экономика внимания: вопросы применения. *Вопросы теоретической экономики*, 1, 7–23.

Шаститко, А. Е., & Павлова, Н. С. (2016). Общественно эффективные барьеры входа? *Балтийский регион*, 8, 4, 34–52.

Шелудченко, С., & Заруцкая, Н. (2022, 11 марта). Visa и Mastercard теперь бесполезны за границей: какие есть альтернативы. *Ведомости*. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/03/10/912994-visa-mastercard-bespolezni>

Ширяев, Д. (2022, 14 марта). Сколько человек подписались на Telegram-каналы самых популярных российских Instagram-блогеров. *Vc.ru*. Дата обращения 30.04.2022, <https://vc.ru/social/379323-skolko-chelovek-podpisalis-na-telegram-kanaly-samyh-populyarnyh-rossiyskih-instagram-bloggerov>

Aaranson, A. S. (2018). What are We Talking About When We Talk About Digital Protectionism. *World Trade Review*, 18 (4), 541–577.

Appfigures. (2022, 07 March). VPN Apps Save Millions from Censorship in Russia. Retrieved April, 30, 2022, from <https://appfigures.com/resources/insights/censorship-leads-to-vpn-russia>

BSA. (2018). Global Software Survey. Retrieved April, 30, 2022, from https://gss.bsa.org/wp-content/uploads/2018/05/2018_BSA_GSS_Report_en.pdf

Cnnic. (2022, February). The 49th Statistical Report on China’s Internet Development. Retrieved May, 30, 2022, from <https://www.cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202204/P020220424336135612575.pdf>

Dnative. (2022, 23 марта). Как умирают охваты в Instagram? Исследование от Livedune. Дата обращение 30.04.2022, <https://dnative.ru/kak-umirayut-ohvaty-v-instagram-issledovanie-ot-livedune>.

Evans, D. (2020). The Economics of Attention Markets. *SSRN*, 3044858. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3044858>.

Festre, A., & Garrouste, P. (2015). The ‘Economics of Attention’: A History of Economic Thought Perspective. *Oeconomia, History, Methodology, Philosophy*, 5(1), 3–36.

Group-IB. (2019, 31 октября). Group-IB: рынок Интернет-пиратства в России рухнул впервые за пять лет. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.group-ib.ru/media/piracy-market-collapses/>

Guerriero, C. (2020). The political economy of (de)regulation: Theory and evidence from the US electricity industry. *Journal of Institutional Economics*, 16(3), 389–408.

iXBT.com (2017, 04 апреля). RuTracker искренне благодарен Роскомнадзору за «вечный бан». Дата обращения 30.04.2022, <https://www.ixbt.com/news/2017/04/04/rutracker-iskrenne-blagodaren-roskomnadzoru-za-vechnyj-ban.html>

Lourenço, A., & Turner, S. (2019). The Role of Regulation In Constituting Markets: A Co-Evolutionary Perspective on the UK Television Production Sector. *Journal of Institutional Economics*, 15(4), 615–630.

- Mazzucato, M. (2011). *The Entrepreneurial State*. London: Demos.
- McAfee, R., Mialon, H., & Williams, M. (2004). What Is a Barrier to Entry? *American Economic Review*, 94, 461–465. <https://doi.org/10.1257/0002828041302235>.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- RosKomSvoboda. (2021, 07 октября). Блокировки VPN в России. Дата обращения 30.04.2022, <https://roskomsvoboda.org/post/vpn-soprotivlenie-3/>
- Sahn, S., Jain, G., & Gupta, I. (2010). Understanding digital piracy through the lens of psychosocial, criminological and cultural factors. *International Journal of Technology Policy and Law*, 3(1), 28–42.
- Salamzadeh, A., & Kesim, K. H. (2017). The Enterprising Communities and Startup Ecosystem in Iran. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(4), 456–479.
- Spotify. (2022, 11 апреля). Spotify приостанавливает работу в России. Часто задаваемые вопросы. Дата обращения 30.04.2022, <https://support.spotify.com/ru-ru/article/russia-service-suspended/>
- The World Bank. The World Development Indicators. Дата обращения 30.05.2022, <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>
- Top10VPN. (2019, 18 November). Global Mobile VPN Report 2019. Дата обращения 30.04.2022, <https://www.top10vpn.com/research/global-mobile-vpn-report/>
- Vc.ru. (2022, 18 марта). Импортзамещение социальных сетей: кейсы Китая и Ирана. Дата обращения 30.04.2022, <https://vc.ru/marketing/381706-importozameshchenie-socialnyh-setey-keysy-kitaya-i-irana>
- Yalcintas, A., & Alizadeh, N. (2020). Digital protectionism and national planning in the age of the internet: The case of Iran. *Journal of Institutional Economics*, 16(4), 519–536.
- Yubero, S., Larranaga, E., Villora, B., & Navarro, P. (2017). Negative Peer Relationships on Piracy Behavior: A Cross-Sectional Study of the Associations between Cyberbullying Involvement and Digital Piracy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 9–25.

References

- Batyrov, T. (2022, March 05). PayPal has suspended work in Russia. *Forbes.ru*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.forbes.ru/finansy/458155-paypal-priostanovila-rabotu-v-rossii>
- Business Online. (2022, March 21). Work became 3 times more, and money — 4 times less: budgets are flowing out of Insta, but bloggers remain. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.business-gazeta.ru/article/543980>.
- Dnative. (2022, March 23). How do Instagram reach die? Research from Livedune. Retrieved April, 30, 2022, from <https://dnative.ru/kak-umirayut-ohvaty-v-instagram-issledovanie-ot-livedune>
- Federal Law No. 152-FZ of July 27, 2006 “On Personal Data” (latest edition).
- Federal Law No. 276-FZ of July 29, 2017 “On Amendments to the Federal Law ‘On Information, Information Technologies and Information Protection’” (latest edition).
- Federal Law No. 32-FZ of 04.03.2022 “On Amendments to the Criminal Code of the Russian Federation and Articles 31 and 151 of the Code of Criminal Procedure of the Russian Federation” (latest edition).

Federal Law No. 374-FZ of 06.07.2016 “On Amendments to the Federal Law ‘On Combating Terrorism’ and Certain Legislative Acts of the Russian Federation Regarding the Establishment of Additional Measures to Counter Terrorism and Ensuring Public Security” (latest edition).

Federal Law No. 375-FZ of 06.07.2016 “On Amendments to the Criminal Code of the Russian Federation and the Code of Criminal Procedure of the Russian Federation in Part of Establishing Additional Measures to Counter Terrorism and Ensuring Public Security” (latest edition).

Federal Law No. 90-FZ of May 1, 2019 “On Amendments to the Federal Law ‘On Communications’ and the Federal Law ‘On Information, Information Technologies and Information Protection’” (latest edition).

Global IT. (2021, November 13). Analysis of the Russian information security market. Retrieved April, 30, 2022, from <https://diamond-fw.ru/blog/detail/analiz-rossiyskogo-rynka-informatsionnoy-bezopasnosti/>

Group-IB. (2019, October 31). Group-IB: Internet piracy market in Russia collapsed for the first time in five years. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.group-ib.ru/media/piracy-market-collapses/>

iXBT.com (2017, April 04). RuTracker is sincerely grateful to Roskomnadzor for the “eternal ban”. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.ixbt.com/news/2017/04/04/rutracker-iskrenne-blagodaren-roskomnadzoru-za-vechnyj-ban.html>

Kommersant. (2022, March 18). RuTracker will not be available to Russians, even if Roskomnadzor unblocks it. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.kommersant.ru/doc/5265246>.

Markova, O. A., & Meleshkina, A. I. (2021). Digital protectionism: myth or reality. *Scientific research of the Faculty of Economics. Electronic Journal*, 13(2), 26–40. <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2021-13-2-26-40>

Melnik, E. (2022, March 18). Cinema underground: where Russians will watch new films and series. *Forbes Life*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.forbes.ru/forbeslife/459377-kino-v-podpol-e-gde-rossiane-budut-smotret-novye-fil-my-i-serialy>

Melnikova, D. (2022, March 02). Megogo ceases its activities in Russia. *Afisha Daily*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://daily.afisha.ru/news/60575-megogo-prekraschaet-svoyu-deyatelnost-v-rossii/>

Prokhorskaya, A. (2022, March 21). What threatens users with the recognition of Facebook and Instagram as extremist resources. *Forbes.ru*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/459529-cem-grozit-priznanie-facebook-i-instagram-ekstremistskimi-resursami-pol-zovatelam>.

RBC. (2022, March 20). How did the audience of social networks change after blocking. Infographics. Retrieved April, 30, 2022, from https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666?from=from_main_3. Accessed 04/30/2022, <https://www.business-gazeta.ru/article>

RBC. (2022, March 7). Netflix has suspended work in Russia. Retrieved April, 30, 2022, from https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/03/2022/62251da49a7947899dd17b63

RIA Novosti. (2022, March 06). TikTok has imposed restrictions on the operation of the service in Russia due to the law on “fakes”. Retrieved April, 30, 2022, from <https://ria.ru/20220306/tiktok-1776971728.html>

RKN. (2021, March 01). Twitter maliciously violates Russian law. Retrieved April, 30, 2022, from <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news73436.htm>

RKN. (2022, March 04). Response measures have been taken to restrict access to Russian media. Retrieved April, 30, 2022, from <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74156>.

htm?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com

RosKomSvoboda. (2021, October 07). VPN blocking in Russia. Retrieved April, 30, 2022, from <https://roskomsvoboda.org/post/vpn-soprotivlenie-3>.

Savkin, I. (2021, August 06). In 2021, VPN prices are predicted to rise due to the activities of *Roskomnadzor*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://kod.ru/vpn-stonks-roskomnadzor>.

Shastitko, A. E., Markova, O. A., Morosanova, A. A., Kazaryan, S. V., & Magonia, D. V. (2021). *Approaches to assessing the state of competition in the markets for services with video hosting functions in the light of the requirements of Russian antimonopoly legislation: a collective monograph*. Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University.

Shastitko, A. E. & Pavlova, N. S. (2016). Socially effective barriers to entry? *Baltic region*, 8(4), 34–52.

Shastitko, A. E., Morosanova, A. A., & Markova, O. A. (2022). Economics of Attention: Issues of Application. *Questions of Theoretical Economics*, 1, 7–23.

Shastitko, A. E., & Pavlova, N. S. (2016). Socially effective entry barriers? *Baltic Region*, 8(4), 34–52.

Sheludchenko, S., Zarutskaya, N. (2022, 11 March). Visa and Mastercard are now useless abroad: what are the alternatives. *Vedomosti*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/03/10/912994-visa-mastercard-bespolezni>

Shiryayev, D. (2022, March 14). How many people subscribed to the Telegram channels of the most popular Russian Instagram bloggers. *Vc.ru*. Retrieved April, 30, 2022, from <https://vc.ru/social/379323-skolko-chelovek-podpisalis-na-telegram-kanaly-samyh-populyarnyh-rossiyskih-instagram-blogerov>

Smagin, N. (2019, January 22). Block, but use. How social networks have become the main platform for Iranian politicians. *Moscow Carnegie Center*. <https://carnegie.ru/commentary/78170>

Spotify (2022, April 11). Spotify Suspends Operations in Russia - Frequently Asked Questions. Retrieved April, 30, 2022, from <https://support.spotify.com/ru-ru/article/russia-service-suspended/>

TASS. (2022, April 11). The number of VPN users has increased 53.5 times since the beginning of 2022. Retrieved April, 30, 2022, from https://tass.ru/ekonomika/14339659?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com

Tyasto, Y. (2021, November 11). Protection of the social network page as a digital asset and the need to take into account its legal nature. *Garant*. <https://www.garant.ru/article/1502104/>

Vc.ru. (2022, March 18). Import substitution of social networks: cases of China and Iran. Retrieved April, 30, 2022, from <https://vc.ru/marketing/381706-importozameshchenie-socialnyh-setey-keysy-kitaya-i-irana>