

*Бондарчук Дарья Сергеевна
студентка 1 курса магистратуры,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Россия, г. Санкт-Петербург
e-mail: dashabondarchuk11@gmail.com*

БЛОКИРОВКА МЕДИА-ПЛОЩАДОК: ПОСЛЕДСТВИЯ И АЛЬТЕРНАТИВЫ

***Аннотация:** В настоящее время в связи со стремительным развитием Интернета значительная часть представителей B2C сегмента предпочитают продвигать свой бизнес на онлайн-платформах. В данной статье описываются последствия блокировки популярных социальных платформ для представителей малого бизнеса и микробизнеса. Рассматриваются возможные альтернативы для заблокированных социальных сетей, их преимущества и недостатки.*

Ключевые слова: социальная сеть, канал продвижения, медиа-площадка, контент, таргетинговая реклама.

***Bondarchuk Daria Sergeevna
1st year master student,
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
Russia, St. Petersburg***

MEDIA BLOCKING: CONSEQUENCES AND ALTERNATIVES

***Abstract:** Due to the rapid development of the Internet, a significant portion of the B2C segment now prefers to promote their business on online platforms. This article describes the consequences of blocking popular social platforms for representatives of small businesses and microbusinesses. Possible alternatives for blocked social networks, their advantages and disadvantages are considered.*

Key words: social network, promotion channel, media platform, content, targeting advertising

За прошедшие несколько лет возможности развития бизнеса претерпели значительные изменения в связи с изменением основных каналов продвижения и способов поддержания связи с покупателями. Если раньше основным каналом считалась реклама на телевидении и в печатных изданиях, то на сегодняшний день владельцы бизнеса предпочитают развивать свое дело на медиа-платформах.

Согласно отчету за 2021 год [1] в России самыми наиболее используемыми медиа-площадками являются социальная сеть Вконтакте и Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ). Однако, в связи с событиями, произошедшими в феврале и марте 2022 года, владельцам бизнеса пришлось резко менять свой основной, а иногда и единственный (преимущественно для микробизнеса) канал продвижения и искать возможные альтернативные онлайн-площадки.

14 марта 2022 года по требованию Генпрокуратуры на территории Российской Федерации признана экстремистской деятельность компании Meta (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ), владеющей соцсетями Facebook (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) и Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ). Также свою деятельность ограничила платежная система PayPal [2], что крайне негативно сказалось на бизнес-организациях, так как это были одни из основных площадок развития и продвижения малого бизнеса.

Россия входила в пятерку стран с наибольшим количеством пользователей признанных экстремистскими соцсетей. По данным Ассоциации профессиональных пользователей соцсетей и мессенджеров, на момент запрета в РФ сети Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) в ее российском сегменте было зарегистрировано почти 1100 аккаунтов с более чем миллионной аудиторией. Страниц, у которых от 100 тысяч до миллиона подписчиков, — 18,5 тысячи, еще 255 тысяч страниц имели в активе от 10 000 до 100 000 подписчиков.

По результатам проведенного Советом блогеров при Госдуме исследования и предварительным расчетам специалистов SMM-менеджмента блокировка Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) привела к тому, что 70 % пользователей данной социальной сети потеряли работающий на данной площадке бизнес и, соответственно, доход, причем для 60 % предпринимателей это был единственный источник дохода.

Речь идет не столько о блогерах (8 %), источником дохода которых была реклама в Сети, а, в основном, о представителях малого и микробизнеса (35,5 %). Это дизайнеры, владельцы локальных и эксклюзивных авторских брендов, многочисленные представители сферы услуг (фотографы, тату-мастера, домашние кондитеры, мастера по оформлению ресниц, бровей и маникюра). В этом же списке владельцы пекарен и кондитерских, хендмейд мастерских. Доход 60 % таких предпринимателей варьировался от -10 до 100 тыс. руб. в месяц, а у 21 % превышал 100 тыс. руб. [2].

Такая внезапная блокировка соцсетей привела к тому, что владельцы бизнеса вынуждены были незамедлительно переместить свою деятельность на другие доступные медиа-площадки, тем самым теряя значительную часть своей аудитории. Такой альтернативой стали социальная сеть Вконтакте и Telegram. Однако стоит учитывать, что Telegram больше направлен на текстовый контент и в нем трудно размещать много изображений, в то время как владельцы бизнеса, предпочитающие продвижение в Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ), были ориентированы на размещение контента визуального характера. Также владельцы бизнеса отмечают, что Telegram не слишком подходит для совершения покупок покупателями и нет доступной таргетинговой рекламы. Вконтакте является более приемлемой альтернативой заблокированному Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ). Данная соцсеть имеет множество возможностей для создания интернет-магазина, размещения образцов продукции и связи с покупателями. Но есть и свои недостатки. Так, можно отметить некоторую сложность с настройкой целевой аудитории и отсутствие ограничения геолокации, что особенно было важно владельцам микробизнеса.

Также одним из возможных решений может стать сотрудничество с такими маркетплейсами, как Ozon, «Яндекс.Маркет», Wildberries и др. Но стоит учитывать, что данные площадки больше рассчитаны на масс-маркет.

Одним из аналогов Instagram (Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) может стать его Российский аналог Россграм. Однако необходимо принимать во внимание, что данная социальная сеть только начинает функционирование и не имеет широкого распространения в стране, что делает ее малопривлекательной для развития бизнеса на данный момент.

Таким образом, можно сделать вывод, что внезапная блокировка социальных сетей привела к тому, что предприниматели были вынуждены за короткий срок переместить свою деятельность в Сети на аналогичную доступную онлайн-площадку. Своевременная реакция позволила владельцам бизнеса минимизировать возможные потери, как аудитории, так и прибыли. Блокировка соцсетей также дала толчок для развития и совершенствования отечественных медиа-площадок.

Список литературы:

1. Статистика социальных сетей 2021: о чем задуматься бизнесу: сайт [vc.ru](https://vc.ru/social/248591-statistika-socialnyh-setey-2021-o-chem-zadumatsya-biznesu). [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://vc.ru/social/248591-statistika-socialnyh-setey-2021-o-chem-zadumatsya-biznesu>. (дата обращения: 24.05.2022 г.).

2. Меняют сети. Как блокировка известных онлайн-площадок повлияла на малый бизнес?: сайт Санкт-Петербургские ведомости [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/menyayut-seti-kak-blokirovka-izvestnykh-onlayn-ploshchadok-povliyalo-na-malyu-biznes/. (дата обращения: 24.05.2022 г.).