

EPREUVE TYPE ELVI 2023

RUSSE

**1. Compréhension : Résumé analytique comparatif
(LV1 350 mots, LV2 250)**

1 – По документам 1 и 2, какая сегодняшняя ситуация социальных сетей в России?

**2. Expression personnelle : Rédaction argumentée
(LV1 500 mots, LV2 350)**

2 – По вашему мнению, какое место социальные сети занимают в современном обществе?
Хорошо ли это? Изложите своё личное мнение своими словами, используя информации, взятой из Документов 1-6, и другие культурные, экономические, цивилизационные или исторические примеры.

3. Thème

3 – Dans le document 3, traduire :

- les trois derniers paragraphes (LV1)
- les deux derniers paragraphes (LV2)

Документ 1.

«Соцсеть, которую нельзя называть»: куда ушли пользователи Instagram и вернутся ли они?

«Нельзяграм», «соцсеть которую нельзя называть», «соцсеть с картинками» — такие обороты теперь маскируют Instagram в русскоязычном сегменте. Соцсеть на территории страны запрещена, потому что корпорацию Meta, которой она принадлежит, в марте признали экстремистской. Про сеть стало сложно не только говорить, но и пользоваться ей: чтобы попасть в свой аккаунт, пользователь теперь должен заранее включить VPN. Да и сервисы для подключения постоянно блокируют, поэтому приходится искать новые. К тому же, размещать и продвигать официальную рекламу там теперь тоже нельзя, иначе это признают финансированием запрещенной организации.

Основатель академии Op Pop Art Анастасия Постригай ведет свой аккаунт в Instagram уже несколько лет. Для нее это самая подходящая площадка: говорить об искусстве лучше с картинками. Вот только аудитория уходит, и другие соцсети не могут компенсировать потерю. **Анастасия Постригай, основатель академии Op Pop Art, искусствовед и галерист:** «Instagram стал умирать постепенно где-то летом, сначала люди подключали VPN, но победила человеческая лень. Люди устали от того, что нужно постоянно включать и выключать его, и мы стали терять постепенно охваты. Мы пользуемся и Instagram, и Telegram, в итоге потеряли аудиторию. В Telegram стала очень большая конкуренция, много разных каналов, контента, и люди не успевают просматривать свою ленту. В первую половину года мы активно использовали VK, но перестали верить в эту площадку, потому что сил требует она очень много. Там нужно в день выкладывать по 3-6 постов, а результата — ноль. Видимо, там нет нашей целевой аудитории»

Как оценило агентство Brand Analytics, количество активных авторов в Instagram в октябре упало как минимум на 20 млн в сравнении с 2021 годом. Уходят подписчики — уходит и реклама. Потери в заработке оценил основатель рекламного и продюсерского агентства Purple Door Алексей Пак.

Алексей Пак, основатель рекламного и продюсерского агентства Purple Door: «Стало меньше на 30-50% той рекламы, которую мы реализовывали в Instagram. Этот процент либо переформатировался на другие площадки, либо безвозвратно слетел. Сейчас блогеры начинают максимально большое количество инструментов для монетизации использовать, потому что рынок рекламный просел, пока еще не восстановился. Аудитория не возвращается в Instagram, это 100%, мне кажется, динамика даже наоборот идет отрицательная — потихоньку аудитории будет все меньше и меньше.»

Есть и те, кто готов поставить на Instagram даже сейчас и сделать его основной площадкой для развития своего бизнеса. Такой историей с нами поделилась психолог Виктория. Вместе с коллегами она ведет и продвигает аккаунт психологической студии, чтобы привлечь новых клиентов.

Виктория, психолог: «К сожалению, сейчас невозможно продвигать платно рекламу через Instagram. Это значительно тормозит наше продвижение. Но подписчики однозначно приходят. Мы только в октябре-ноябре активно начали развивать эту студию. Если мы начали с шести-семи подписчиков, то буквально месяц назад было 160, что ли. И рилсы¹ мы недавно начали

¹ рилс = un reel (vidéo Instagram de 90 secondes)

размещать. Мы размещаемся еще в VK, но там еще сложнее ситуация. В VK отсутствует такая опция, как рилс»

Куда ушли рекламодатели? Отвечает основатель и креативный директор рекламного агентства Players Василий Ящук.

Василий Ящук, основатель и креативный директор рекламного агентства Players: «Если говорить про площадки, которые, по моей оценке, в первую очередь востребованы рекламодателями, я бы выделил Telegram и YouTube. Кстати, последний запустил формат YouTube Shorts, который показал свою эффективность, то есть я бы назвал его преемником TikTok, и только во вторую очередь VK. Мы видим рост интереса блогеров к развитию на площадке VK, но проблема там в том, что аудитория, которая есть на площадке, не очень активно подписывается на самих инфлюенсеров. В целом сам рынок просел и стал меньше, потому что крупные международные рекламодатели ушли, а российские еще не успели так активно работать с инфлюенсерами, как делали их западные коллеги. Поэтому я бы оценивал его падение от 30% до 70% — очень большой разброс, потому что у нас до сих пор нет инструмента, который мог бы оценить, сколько денег было в инфлюенс-маркетинге»

Откуда взять упавшие охваты бизнес пока не понимает. Аудитория Instagram, очевидно, уже не вернется, в какие соцсети она перешла, сказать трудно, потому что нынешние охваты публикаций во всех возможных соцсетях все равно не равны февральским. Ни один из российских аналогов еще не привлек аудитории и рекламодателей. Чего стоит только «Россграм», который обещал запуститься в марте, но все еще недоступен для посетителей. Очевидно только, что Instagram теряет лояльных подписчиков постепенно и почти бесследно.

BFM.ru, 01.01.2023

Документ 2.

Почему в России до сих пор не появился аналог Instagram

Спустя более чем полгода после блокировки социальной сети Instagram (признана экстремистской и запрещена в России) так и не появился популярный отечественный аналог. «Россграм», который обещал запустить первую версию еще в марте 2022-го, опубликовал бета-версию для ограниченного круга только 1 декабря. Чтобы привлечь пользователей, «Россграм» планирует сотрудничать с блогерами. Менее известные аналоги, которые работают уже несколько месяцев, также не набрали значимой аудитории. Главная причина их непопулярности в том, что в России продолжают пользоваться Instagram — но уже с VPN

Спустя два дня после блокировки интернет-маркетолог Александр Зобов объявил, что уже в конце марта планирует запустить российский аналог Instagram — «Россграм». Изначально планировалось, что сначала доступ к ресурсу откроют для топ-блогеров, спонсоров и инвесторов, а массовый запуск состоится в апреле 2022 года. Однако в указанные сроки соцсеть не запустилась. Тем не менее компания организовала продажу никнеймов и премиум-аккаунтов в еще не запущенной соцсети.

Помимо «Россграма», в России запустили еще несколько площадок, альтернативных Instagram, среди них — соцсети Now, Rekee и «Грустнограм». Все они стали доступны вскоре после блокировки, однако ни одна из этих площадок за время блокировки американской платформы так и не стала популярной среди россиян.

Бета-запуск «Россграма» состоялся 1 декабря, и первыми доступ к соцсети получат те, кто приобрел премиум-аккаунт, указано в официальном аккаунте «Россграм» в соцсети «ВКонтакте». «Им предстоит пройти бета-тестирование приложения. Но добавлять пользователей мы будем постепенно в течение 1-2 месяцев», — поясняется в сообщении компании.

Одна из основных причин переноса сроков запуска «Россграма» — большое количество пользователей, которое оформило предварительную регистрацию в соцсети, рассказал Александр Зобов. По его словам, «Россграм» первым заявил о разработке аналога, поэтому собрал наибольшую аудиторию: на сайт проекта зашли уже более 3 млн человек, около 800 000 пользователей подали заявку на регистрацию.

По функционалу «Россграм» будет полным аналогом Instagram, но он будет ориентирован на русскоязычных пользователей — как на потребителей контента, так и на бизнес и блогеров, рассказал Зобов. «С уходом Instagram компании потеряли удобную площадку для рекламы, поэтому мы создадим для них новый функционал. В частности, добавим биржу рекламы у блогеров, которая в Instagram работает только на территории США», — отметил Зобов.

«Россграм» изначально создавался как маркетинговый продукт, чтобы на волне хайпа получить от пользователей и потенциальных инвесторов деньги, однако технически у их команды пока нет даже минимального работоспособного продукта, рассказал основатель еще одного аналога Instagram, социальной сети Now Дмитрий Маринин. Он отметил, что запустил свой проект еще в марте 2022 года — в тот день, когда обещал запуститься «Россграм».

По словам Маринина, Now позиционирует себя не как аналог Instagram, а как альтернативную площадку. Сейчас сервис «полностью соответствует функционалу Instagram», но в будущих обновлениях он добавит функции, которых нет у заблокированной соцсети. Сейчас в Now уже около 400 000 пользователей, рассказал Маринин. Сейчас Now планирует тестировать различные модели монетизации и ищет инвестора для дальнейшего развития, подчеркнул Маринин.

Чтобы в России появился популярный аналог Instagram, нужно выполнить три условия: полностью убрать возможность пользоваться этой соцсетью в России, создать ее полный функциональный аналог и найти деньги для привлечения создателей контента на площадке. Значительная часть пользователей в России по-прежнему пользуется Instagram с помощью VPN и переходить на другую платформу у них нет необходимости, поскольку все их социальные связи остались на той же площадке.

Даже в случае полной блокировки аудитория не останется надолго в новых сервисах, если они будут значительно отличаться по удобству и функционалу, считает Клименко. «В разработку Instagram вложили больше десяти лет работы и несколько миллионов долларов, сделать на коленке² качественный аналог за год вряд ли получится», — считает он.

За время с начала блокировки Instagram многие пользователи уже отвыкли пользоваться этой соцсетью и перешли в Telegram и во «ВКонтакте», а те, кто все еще пользуется Instagram, не будут уходить с этой площадки. Однако Зобов из «Россграм» не согласен с такой позицией: по его словам, статистика регистраций говорит о том, что о проекте помнят и ждут.

Forbes, 05.12.2022

² на коленке : à la va-vite

Документ 3.

Rutube, Rossgram... Comment la Russie pousse ses citoyens vers des réseaux sociaux « maison »

Le Kremlin éprouve des difficultés à détourner le public russe des réseaux sociaux occidentaux pour privilégier les plateformes nationales. Telegram, la plus connue d'entre elles, connaît même une forte expansion à l'international, au point d'être devenue le moyen de communication privilégié des autorités ukrainiennes. A l'inverse, le réseau Vkontakte, conçu, comme Telegram, par Pavel Dourov, en 2006, a été repris en main par le Kremlin en 2021.

La holding des médias russes est également à la tête de Rutube et Yappy, les équivalents russes de Youtube et Tik Tok. Deux tentatives de versions russes d'Instagram ont à leur tour vu le jour : Fiesta et Rossgram. Cette dernière n'est pas encore accessible à l'ensemble des internautes. Dégradés de roses, photos au format carré, stories... : elle reprend de manière peu subtile l'interface d'Instagram.

Les Russes continuent de préférer les réseaux occidentaux. En témoigne le succès des applications de VPN, mais également le lancement d'un réseau social parodique à Rossgram. « Grustogram » se présente comme un « réseau social pour les personnes tristes ». Une démarche « pas surprenante, héritée de la culture contestataire qui s'est développée en Russie lors de la période soviétique », commente Julien Nocetti.

Le passage des internautes russes des réseaux sociaux occidentaux vers des plateformes nationales est rendu d'autant plus compliqué que certains d'entre eux y ont adossé leur activité économique. C'est le cas des influenceurs et créateurs de contenu, mais aussi de petits entrepreneurs.

Du salon de manucure ou de coiffure à l'architecte d'intérieur, Instagram était devenu, pour bon nombre d'entre eux, une plateforme publicitaire. « Instagram, ce sont des dizaines de milliers de petites entreprises à travers la Russie, et un million de leurs clients », estimait l'opposant Alexei Navalny. « C'est tout un pan entrepreneurial du pays qui est mis en échec » par l'interdiction de recourir à la publicité Instagram, ajoute Julien Nocetti.

La difficile migration des internautes russes vers des réseaux sociaux locaux n'est pas le seul obstacle auquel se heurte le Kremlin dans sa quête de souveraineté numérique et de contrôle de l'information. « Contrairement à la Chine, qui a œuvré pour la souveraineté de son espace numérique très tôt, la Russie a développé une dépendance très forte en termes d'infrastructures et de serveurs étrangers », indique Julien Nocetti.

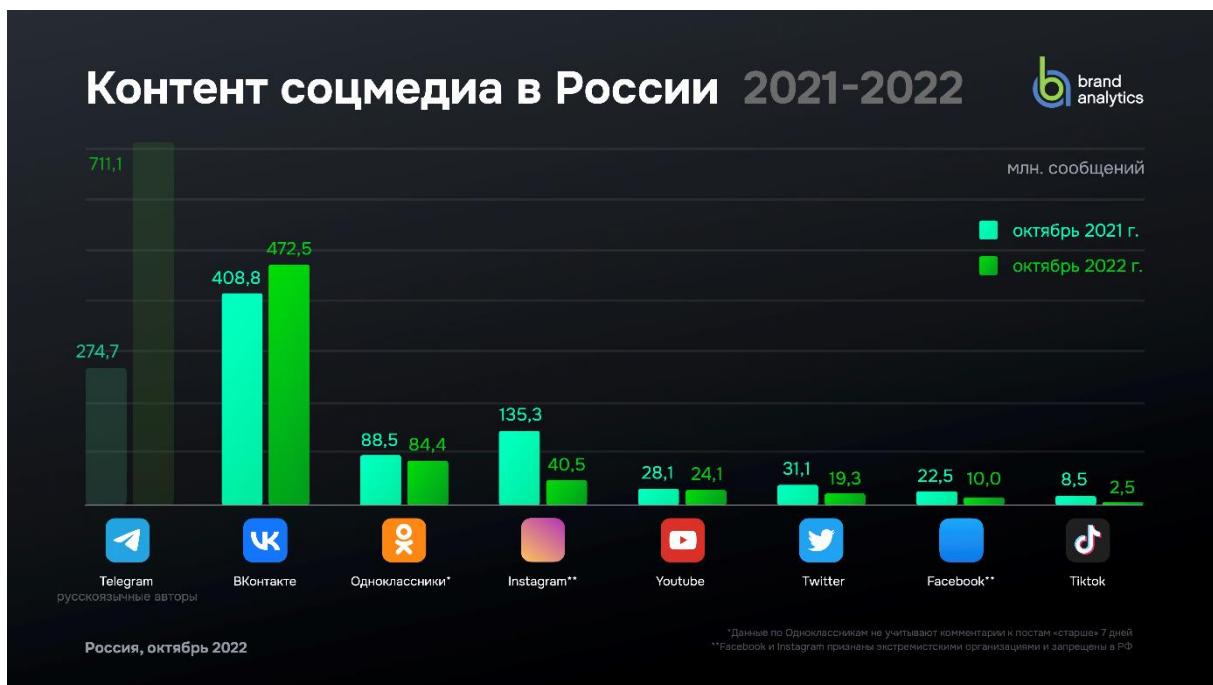
Les Echos, 25.04.2022

Документ 4.



Сергей Ёлкин, 21.08.2018

Документ 5.



br-analytics.ru, 16.11.2022

CORRIGE DE LA QUESTION 1

Citations prises dans les articles :

Article 1	Article 2
<p>insiste sur la disparition 1) des utilisateurs 2) donc de la publicité 3) donc d'un marché</p> <ul style="list-style-type: none"> • теперь маскируют «Instagram» в русскоязычном сегменте • соцсеть на территории страны запрещена • стало сложно не только говорить, но и пользоваться ей • размещать и продвигать официальную рекламу там теперь тоже нельзя • люди устали от того, что нужно постоянно включать и выключать VPN • в Telegram стала очень большая конкуренция • уходят подписчики – уходит и реклама • стало меньше на 30-50% той рекламы, которую мы реализовывали в Instagram • в первую очередь востребованы рекламодателями площадки Telegram и YouTube • мы видим рост интереса блогеров к развитию на площадке VK • аудитория, которая есть на площадке VK, не очень активно подписывается на самих инфлюенсеров • я бы оценивал падение [реклам] от 30% до 70% • аудитория Instagram уже не вернётся, в какие соцсети она перешла, сказать трудно 	<p>insiste sur l'impossibilité, pour l'instant, de réellement remplacer Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> • не появился популярный отечественный аналог • Россграм, Now, Rekee, Грустнограм • менее известные аналоги не набрали значимой аудитории • в России продолжают пользоваться Instagram – но уже с VPN • ни одна не стала популярной среди россиян • большое количество пользователей оформило регистрацию в соцсети «Rossgram»: уже более 3 млн человек зашли, около 800 000 пользователей подали заявку • в Now уже 400 000 пользователей • Now планирует тестировать различные модели монетизации и ищет инвестора • три условия: <ul style="list-style-type: none"> • 1) полностью убрать возможность пользоваться Instagram в России • 2) создать полный функциональный аналог • 2) найти деньги для привлечения создателей контента на площадке • сделать на коленке качественный аналог за год вряд ли получится • многие пользователи уже отвыкли пользоваться этой соцсетью

Proposition de réponse rédigée

Обе статьи нашего корпуса настаивают на исчезновении не только приложения, но и целого рынка после блокировки приложения Instagram в марте 2022-го года. Хотя первая статья сосредоточивается на последствиях блокировки для пользователей американской соцсети, вторая часть больше интересуется разными альтернативными аналогами американского приложения и их успехом. Какая сегодняшняя ситуация с социальными сетями в России?

У блокировки Instagram был ряд последствий, в том числе и экономических. Обе статьи подчёркивают тот факт, что пользователи «устали» (док.1) от использования VPN и уже «отвыкли» (док.2) от Instagram, и показывают, хотя разным образом, что из-за этого целый рынок разрушается и с большим трудом перестраивается. Действительно, до блокировки на площадке размещалось огромное количество рекламы, а теперь там действует своего рода порочный круг: пользователей меньше, следовательно, рекламы и постов меньше, и как итог, пользователей тоже меньше. Это положение привело к нелегкому / затруднительному положению многих бизнесов, о которых говорится в первой статье, и среди них, два основателя разных рекламных агентств подводят одинаковый итог (док.1): в Purple Door считают, что «стало меньше на 30-50% рекламы в [их] Instagram» (док.1), а в Players говорят о «падении от 30% до 70%».

Обе статьи также задают вопрос аудитории: первая статья показывает, что часть аудитории, которая ушла из американской платформы, не перешла на другую, и вторая статья

объясняет этот феномен отсутствием чисто эквивалентной платформы. В двух статьях обсуждается вопрос других приложений, и, хотя в первой представлены площадки, уже существовавшие до марта 2022-го года, во второй статье рассматриваются те, которые появились после блокировки Instagram с целью его замены. Вывод аналогичный: несмотря на «рост интереса блогеров» к ним (док.1), первые, например ВКонтакте, не соответствуют намеренному использованию, а вторые привлекли лишь малую часть аудитории Instagram: например, в соцсети Now всего 400 000 пользователей (док.2). Государственный аналог, который получил гораздо больше предварительных регистраций, всё ещё не запущён (док.2).

В конце концов, корень проблемы, кажется, лежит в призрачном существовании Instagram, которое в России одновременно есть и нет. Это особенно подчёркивается первыми фразами статьи из BFM.ru, которые напоминают, что даже упоминать соцсеть сложно, и что его теперь иронически называют «соцсеть которую нельзя называть» или даже «Нельзяграм» (док.1), когда пишут о нём в Интернете. Статья из *Forbes* разделяет это мнение и видит будущее для русских альтернативных приложений только при условии, что возможность использования подлинного американского приложения будет «полностью убрана» (док.2).

(370 слов)

CORRIGE DU THEME

Le passage des internautes russes des réseaux sociaux occidentaux vers des plateformes nationales est rendu d'autant plus compliqué que certains d'entre eux y ont adossé leur activité économique. C'est le cas des influenceurs et créateurs de contenu, mais aussi de petits entrepreneurs.

Переход русских интернет-пользователей (пользователей интернета) из западных социальных сетей на национальные платформы стал ещё сложнее / усложняется тем, что некоторые из них пользуются ими для экономической деятельности / в экономических целях. Это касается инфлюенсеров / влиятельных лиц и создателей контента, а также мелких предпринимателей.

Du salon de manucure ou de coiffure à l'architecte d'intérieur, Instagram était devenu, pour bon nombre d'entre eux, une plateforme publicitaire. « Instagram, ce sont des dizaines de milliers de petites entreprises à travers la Russie, et un million de leurs clients », estimait l'opposant Alexei Navalny. « C'est tout un pan entrepreneurial du pays qui est mis en échec » par l'interdiction de recourir à la publicité Instagram, ajoute Julien Nocetti.

От маникюрного салона или парикмахерской до дизайнера интерьера Инстаграм стал, для большего количества / многих из них, рекламной платформой. «Инстаграм, это десятки тысяч малых предприятий / бизнесов по всей России, и миллион их клиентов,» считал оппозиционер Алексей Навальный. «Это целый предпринимательский пласт / предпринимательская часть страны, который сейчас приведён к сбою» из-за запрета на использование рекламы в Инстаграм, добавляет Жюльен Носетти.

La difficile migration des internautes russes vers des réseaux sociaux locaux n'est pas le seul obstacle auquel se heurte le Kremlin dans sa quête de souveraineté numérique et de contrôle de l'information. « Contrairement à la Chine, qui a œuvré pour la souveraineté de son espace numérique très tôt, la Russie a développé une dépendance très forte en termes d'infrastructures et de serveurs étrangers », indique Julien Nocetti.

Сложная / трудная миграция русских пользователей интернета / интернет-пользователей к местным / локальным соцсетям не единственное препятствие, с которым сталкивается Кремль в своём стремлении к цифровому суверенитету / цифровой независимости и контролю над информацией. «В отличие от Китая, который с самого начала стремился к суверенитету своего цифрового пространства, в России развивалась очень сильная зависимость от иностранных инфраструктур и серверов», указывает Жюльен Носетти.