

Мессенджеру не прикажешь

Валерий Кодачигов, заместитель редактора отдела «Технологии и телекоммуникации» газеты «Ведомости»



Не писать про блокировку Telegram, очевидно, невозможно. Решение Таганского суда Москвы о блокировке работы мессенджера в России в очередной раз заставляет задуматься о совершенстве судебной системы в России, о полномочиях силовых структур в сфере контроля за общением граждан, об отношениях власти и бизнеса.

СМИ и интернет-сообщество все это активно обсуждают. Однако у ситуации есть и отраслевой аспект. Блокировка Telegram — новый поворот в развитии отношений компаний связи и OTT-сервисов. Многие годы связисты говорят о том, что работу мессенджеров надо если не запретить, то ввести в какие-то рамки. И пессимизация популярного сервиса по решению суда — новый поворот в этой дискуссии.

За месяц до знакового решения суда компания EY (Ernst & Young) выпустила отчет, из которого, в частности, следует, что 8% россиян пользуются мессенджерами для звонков чаще, чем традиционной телефонией (коммутируемым соединением, предполагающим набор номера). Еще 31% опрошенных звонили через мессенджеры по меньшей мере не реже. Telegram при этом занимал 4-е место по популярности — по нему звонили 22% респондентов EY. Сомневаюсь, что между запретительным судебным решением и этими изысканиями есть прямая связь. Но одно такое решение, потом другое, потом, глядишь, и третье — и расклад в сегменте голосовой связи может измениться. Не в пользу мессенджеров.

Запретить мессенджеры, конечно, можно. Так в прошлом десятилетии было, к примеру, с карточной IP-телефонией. Аргументы сейчас могут быть такими же, как тогда. Коммуникационные сервисы паразитируют на инфраструктуре традиционных операторов, снижая при этом доходы связистов. Но проблема в том, что на нынешнем этапе развития отрасли свя-

зи полный запрет не нужен самим операторам. Да, мессенджеры размывают их доходы от «голоса». Но с другой стороны, подобные сервисы настолько востребованы абонентами, что комфортный доступ к ним — это конкурентное преимущество. Не случайно в новых тарифных линейках сотовых компаний, представленных в этом году, акцент сделан на бесплатном доступе к мессенджерам и социальным сетям.

В общем, избавиться от мессенджеров, конечно, соблазнительно. Но попытки сломать паровоз, мотивируя это тем, что железные дороги приносят убытки конезаводчикам, — выход так себе. Хотя бы потому, что луддизм никогда нигде еще не был успешным.

История с Telegram, скорее всего, станет очередным поводом для дискуссии об изменении отраслевого законодательства. То, что действует сейчас, писалось в первой половине 2000-х годов. Но с тех пор мир и отрасль связи вместе с ним ушли далеко вперед. Это законодательство, в частности, не учитывает, что в карманах большинства сотовых абонентов лежат уже не простые кнопочные телефоны, а по сути компьютеры. Дающие доступ практически к любой информации почти в любой точке мира и позволяющие продуцировать эту информацию в любом количестве — ограничением служит разве что заряд аккумулятора смартфона. Регулировать работу сетей связи сейчас уже бессмысленно: там все отрегулировано, отстроено, сконфигурировано много лет

назад. Поэтому логично перейти к регулированию того, что по ним сейчас течет.

Антагонизм и вынужденный симбиоз мессенджеров и операторов — не единственный пример непростых отношений на новом цифровом рынке. Известно, что банкиры, в особенности в национальных центробанках, не слишком любят криптовалюту. А поисковые системы, зарабатывающие на рекламе, очень неоднозначно относятся к оптимизаторам сайтов (Search Engine Optimization, SEO). Верить в то, что рынок сам отрегулирует непростые отношения всех этих организаций и людей, было бы наивно. То есть что-то он, конечно, отрегулирует, а что-то — не может и не хочет.

Законотворчество — дело небывшее, и пока надежд больше на бизнес. По крайней мере один пример взаимовыгодного компромисса в мировой цифровой экономике есть. В начале прошлого десятилетия любое видео или музыка, размещенные в Интернете, действовали на правообладателей, как красная тряпка на быка. Но теперь стремительно растет популярность легальных онлайн-кинотеатров, прекрасно чувствует себя iTunes и другие контент-сервисы. Выяснилось, что потребителя можно заставить платить за легальные фильмы и музыку, если брать с него разумные деньги и сделать доступ к контенту быстрым и удобным. Подобный выход из положения был бы оптимальным и в случае с мессенджерами и операторами. ■