

# ТЕЛЕКОМ

## «ВКонтакте» ударил по интерфейсу Пользователям не понравилось

### СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ

В октябре пользователи крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» выразили свое недовольство администрацией сайта и лично генеральному директору «ВКонтакте» Павлу Дурову в связи изменениями в интерфейсе персональных страниц. В результате конфликта руководство сайта все же решило пойти на уступки разгневанным пользователям.

В ночь на 21 октября социальная сеть «ВКонтакте» перевела всех своих пользователей на режим микроблогов, убрав привычную «стену», что вызвало в Рунете волну возмущения. Напомним, что первый эксперимент соцсети по массовому введению микроблогов (подобных тем, что используются в Twitter или Facebook), состоявшийся в августе этого года, закончился неудачей. Тогда негодование пользователей, привыкших к старому функционалу и внешнему виду своей страницы, было столь явным, что его невозможно было проигнорировать, и создатель сети Павел Дуров решил вынести проблему на первое в истории сети всеобщее голосование. В результате подавшее большинство — около 70% голосовавших (полтора миллиона человек) — выступило за возвращение прежнего варианта оформления страницы. После этого режим микроблогов убрали, хотя его и можно было установить по желанию.

Однако сам Павел Дуров — горячий сторонник микроблогов, не раз утверждавший, что именно за ними будущее интернет-сервисов. В итоге микроблоги были запущены повторно в октябре, на этот раз в принудительном порядке. «Микроблоги включили всем — сообщил пресс-секретарь «ВКонтакте» Владислав Цыплухин — Считаю, что Павлу Дурову правительство обязано дать премию за то, что несмотря на сопротивление, через пару месяцев вы уже начнете благодарить его».

Отсутствие возможности убрать микроблог и изменение

привычного вида страниц привело к внутренней войне пользователей с администрацией сайта — массовым возмущениям и протестам. За считанные часы были созданы несколько крупных групп, требующих отмены нововведений. Другие группы, посвященные совершенно иным темам, также включились в протестный флешмоб, добавив к своим названиям фразу «Мы против микроблога». Появились картинки, аудио- и видеозаписи, высмеивающие микроблог и Павла Дурова лично. Многие пользователи в грубой, ультимативной форме требовали от руководства «ВКонтакте» вернуть им привычный интерфейс. Также раздавались призывы бойкотировать сайт или перейти в другие социальные сети. «С юридической точки зрения руководство «ВКонтакте» совершенно право: они имеют право делать с сайтом то, что им кажется целесообразным, — рассуждает Олеся Кузнецова, директор по PR и рекламе Единой службы знакомств и общения «Мамба» — Однако, с точки зрения взаимодействия с пользователями, правильнее пытаться договариваться и понимать, что именно их не устраивает, особенно если процент недовольных действительно велик. Всегда логичнее и разумнее вести диалог, а не принимать решения молча». В конце концов, спустя неделю после начала возмущений, сеть «ВКонтакте» все-таки пошла навстречу своим пользователям. Вернулась возможность выводить на первый план подробную информацию, убрав микроблог на место стены, размещать под именем «вечный» статус, просматривать переписку на стене микроблога тет-тет, а также пролистывать стену постранично.

Очевидно, что выручка «ВКонтакте» зависит от количества пользователей, являющихся основным притягательным фактором для рекламодателей и разработчиков коммерческих приложений. Если бы нововведения повлекли за собой массовый уход поль-

зователей в другие социальные сети, «ВКонтакте» вполне могла бы потерять часть своих доходов. Выручка «ВКонтакте» за 2009 год составила по РСБУ более 1 млрд рублей. Количество пользователей на конец 2009 года составляло 50 млн человек. Если исходить из этих данных, то один пользователь сети приносил ей в прошлом году, в среднем, 21 рубль. Количество активных недовольных, в совокупности, составило, примерно 1,5 млн человек. Соответственно, сеть «ВКонтакте» могла потерять около 31,5 млн рублей.

Однако наблюдатели сходятся во мнении, что подавляющая часть тех пользователей, которые сейчас выражают недовольство, все равно не покинули бы сеть. «Если все друзья и знакомые сидят на сайте «ВКонтакте», то пользователь не уйдет, вне зависимости от того, что у него на главной странице — стена или микроблог», — считает Дмитрий Коневник, руководитель отдела интернет-маркетинга компании Softline. Такую же точку зрения на условиях анонимности выразили представители некоторых конкурирующих социальных проектов.

Версию о страхе потерять пользователей отрицает и Владислав Цыплухин: «День 24 октября, на который был намечен бойкот, стал самым посещаемым воскресеньем за всю историю создания сайта. Никакого оттока пользователей, естественно, нет». Он подчеркивает, что все разговоры о «проблеме» сети безосновательны. «Сеть «ВКонтакте» окончательно и бесповоротно внедрила новый формат общения. Мы обещали, что проанализируем претензии пользователей и доработаем новую систему. Так и случилось: дали возможность разворачивать информацию в профиле, писать статический статус под именем и смотреть тет-тет историю публичной переписки», — сообщил пресс-секретарь «ВКонтакте» Владислав Цыплухин.

АЛЕКСЕЙ ЦОЙ

## Топ-менеджеры включают интернет и выключают телевизор

### ИССЛЕДОВАНИЕ

Консалтинговая компания «КОРУС Консалтинг» провела любопытное исследование, в ходе которого решила выяснить, из каких источников топ-менеджеры крупных предприятий предпочитают черпать информацию. Оказалось, что львиная доля опрошенных респондентов предпочитают интернет и не смотрят телевизор.

В опросе, проведенном компанией, приняли участие более 200 топ-менеджеров предприятий и организаций из разных отраслей экономики и различных регионов России. Более 65% респондентов признали, что основным источником информации для них являются интернет-СМИ. Телевидение и печатные издания отстают со значительным отрывом, набрав всего 18 и 5% голосов соответственно. 2% указали, что опираются на профильные СМИ, а 4% — на блоги и социальные сети. Новости по радио имеют значение всего для 1%.

«Эта статистика удивительна, так как опрос проводился среди топ-менеджеров, имеющих доступ к интернету, — считает Татьяна Лехаткова, руководитель отдела продвижения сайтов компании «НьюМарк». — Достоверность интернет-информации на порталах ведущих изданий достаточно высока для того, чтобы опираться на их данные. Интернет-издания значительно оперативнее и предлагают более широкий выбор сервисов, чем издания печатные. Можно не только ознакомиться с информацией, но и почитать комментарии, если таковые есть, при желании — поделиться ими. В дальнейшем будет расти конкуренция в сфере СМИ именно по количеству предоставляемых дополнительных услуг и сервисов, так как информация уже перестала быть самоцелью».

Юрий Мальцев, руководитель интернет-проекта MSKIT, полагает, что популярность электронных медиа среди топ-



Интернет пришел на смену телевидению

менеджеров обусловлена общим ростом проникновения широкополосного доступа и развитием русскоязычного сегмента интернета в целом. Информации в сети стало больше, и получить ее в электронном виде значительно дешевле и быстрее, чем в «традиционном» бумажном. Кроме того, в интернете всегда можно выбрать, когда и какую именно информацию получить. Это отличает интернет-СМИ и от телевидения. Отличие будет сохраняться, пока телевидение не станет по-настоящему интерактивным.

Интересно, что 80% опрошенных не готовы в настоящее время доверять ни традиционным, ни электронным СМИ, отмечая, что они освещают, прежде всего, позицию хозяев.

8% считают, что можно верить лишь блогам и неофициальным медиа. При всем этом недоверии подавляющее большинство руководителей — 85% — признали, что в принятии своих решений все же, в той или иной мере, опираются на информацию из СМИ. Так, 49% утвердительно ответили на вопрос «принимаете ли вы решение на основе сообщений СМИ?», а 36% с оговоркой — «да, но не всегда». И лишь 6% четко ответили — «нет».

Почти половина топ-менеджеров — 47% — тратит на чтение новостей от получаса до часа в день. От десяти минут до получаса тратят 36% руководителей. Наряду с получением новостей режим общения людей в организациях также все больше

переходит в интернет. 51% опрошенных общается с коллегами по работе в основном по e-mail, и только 20% в качестве основного средства коммуникации называют мобильный телефон. Даже коммуникацию через средства КИС (корпоративной информационной системы) люди предпочитают больше, чем сотовую связь. Это связано с удобством «обезличенного», «отложенного» общения — когда есть дополнительное время на формулировку ответа.

«В современных онлайн-СМИ и вообще информационных ресурсах интернета наблюдаются два тренда — замечает Юрий Мальцев. — Во-первых, растущая интеграция новостей проектов с социальными сетями и такими крупнейшими

ресурсами, как Яндекс и Mail.ru, а во-вторых, увеличение «тяжелого» контента — видео- и аудиоинформации. Первое обусловлено желанием пользователя иметь «одно окно» для получения максимального количества данных. Второе — удешевлением интернет-трафика». По мнению господина Мальцева, информационное пространство Рунета также будет меняться. Например, в связи с взаимопроникновением новостных веб-ресурсов и социальных медиа, скорее всего, в ближайшие годы произойдет снижение популярности интернет-форумов в их прежнем виде; роль площадок для обсуждения будет выполнять крупные соцсети.

АЛЕКСЕЙ ЦОЙ

БЕЗРОУМИНГОВОЕ  
ПРОСТРАНСТВО ПО РОССИИ

БЕЗЛИМИТНЫЕ ЗВОНКИ

ULTRA  
Инновационный безлимитный тариф

БЕЗЛИМИТНЫЙ ИНТЕРНЕТ

БЕСПЛАТНЫЙ ДОСТУП К ПОЧТЕ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СЕРВИС

ULTRA ВСЁ  
ВКЛЮЧЕНО!

за 1999 руб/мес

Новый безлимитный  
тариф ULTRA

8 800 333 0890  
www.vip.mts.ru



ULTRA-Ультра. Безлимитный Интернет и бесплатный доступ к почте предоставляются с опцией «БИТ» (Безлимитный Интернет с телефона). Опция «БИТ» бесплатно и автоматически включена в первоначальный пакет услуг по тарифу. При ее отключении тарифифицируется в соответствии со стандартными условиями тарифа. В ежемесячную абонентскую плату включен пакет 4 000 минут вызовов абонентам всех операторов домашнего региона и МТС России при нахождении на всей территории РФ. Стоимость перехода на тариф — 50 руб. Цены указаны с НДС. Подробнее на www.spb.mts.ru