

Почему перезапуск «Кинопоиска» вызвал волну негодования в Рунете?

Эмоциональный интеллект пользователей сети взял верх над разумом. Почему все расстроились, когда «Кинопоиск» стал другим, и что это может значить?

«Яндекс» устроил масштабную презентацию нового «Кинопоиска» для журналистов. Первые посты от обозревателей ведущих изданий были сдержанными: «Кинопоиск: запуск в новом дизайне, прежние двести миллионов оценок фильмам», написал в ФБ Павел Кушелев, ведущий программы Вести.net на Россия 24. Через несколько часов на vc.ru появился пост создателя «Кинопоиска», который назвал перезапуск «ужасным» и «провальным», не потрудившись объяснить почему.



Некто стал выразителем всеобщего раздражения и создал сайт newkinopoisk.ru с подборкой гневных отзывов в адрес обновленного портала из разных соцсетей. Недовольных стало столько, что игнорировать их было невозможно. «Яндекс» разослал журналистам пресс-релиз с извинениями за доставленные неудобства и обещанием открыть ненадолго старый сайт на отдельном домене.

Обиженные вздохнули с облегчением. По соцсетям прокатилось: «Яндекс» прогнулся. Кто-то вспомнил Дурова, который в свое время убрал стену ВКонтакте один раз и навсегда. Правда, позже выяснилось, что и ему тогда пришлось сделать небольшой откат к старой версии. Чем кончится дело в случае с «Кинопоиском»? и чем успокоится сердце его завсегдаев, пока неясно. Но сам факт такой бурной реакции на перезапуск заставляет всмотреться в его причины более внимательно. Так почему же рестарт «Кинопоиска» был воспринят его пользователями так болезненно? Очевидно, дело не в смене дизайна.

Не про смотреть, а про обсуждать

Со дня своего основания «Кинопоиск» был площадкой для поиска, обсуждения, оценки фильмов, но не для их просмотра. Здесь можно было найти информацию практически о всех мало-мальских значимых картинах, независимо от того, когда фильм вышел на экраны и можно ли его посмотреть онлайн. Кто-то из негодующих пользователей назвал его «единственной в своем роде российской энциклопедией кино».

«Мои рецензии больше никому не интересны»

Развернутые отзывы к фильмам могли писать и профессиональные критики, и машинист вагонного депо из-под Саратова, и Владимир Путин под псевдонимом. Пользователи, читая много разных мнений, делали вывод, стоит ли смотреть тот или иной фильм и только пользователи решали, насколько полезна та или иная рецензия. Сейчас обзоры фильмов спрятаны так, что понятно: они больше не являются главной «фишкой» «Кинопоиска».

«Я больше не влияю на оценку фильма и его место в общем рейтинге»

И никто не влияет. Рейтинг, похоже, формируется на основе собственных алгоритмов «Яндекса». Повторюсь, что на «Кинопоиске» была информация и рецензии к фильмам всех времен. Пользователи ставили оценки и «Интерстеллару» и «Побегу из Шоушенка», и последний был на порядок выше первого. А сейчас все наоборот. И это далеко не единичный случай. К тому же пользователям стали недоступны личные подборки фильмов, которые они сохраняли чтобы посмотреть в будущем.

«Яндекс», я так тебе верил!»

Все настолько привыкли, что Яндекс всегда все делает правильно, заботясь о пользователях и «мире во всем мире», что просто не могут простить ему эту ошибку. Журналисты говорят, что поисковику «пришлось» второпях запускать проект. Почему не сделали открытое тестирование новой версии при работающей старой? Зачем было всех так травмировать? Эти вопросы остаются без ответа.

«Все это из-за денег!»

Рецензии ушли на десятый план, рейтинг картин формируется непонятными алгоритмами, появилась возможность смотреть фильмы «за 80 рублей». Не надо быть суперспециалистом, чтобы понять: «Яндекс» решил монетизировать популярный портал. Масло в огонь подлило еще и то, что заодно с монетизацией «Яндекс» решил нарастить число клиентов других своих сервисов: получить доступ к личному кабинету бывшему пользователю можно лишь связав свой аккаунт на «Кинопоиске» с аккаунтом «Яндекса».

В общем ничего нового сложившаяся ситуация не открыла: пользователи, привыкшие, что их холят и лелеют (или просто не трогают), очень болезненно воспринимают отношение к себе, исключительно как к источнику потенциальной прибыли; юзабилити важнее дизайна; завоевание новых рынков и рост прибыли, а не мифическая любовь к клиентам движет крупными частными компаниями, коей, как известно, и является «Яндекс».

Фото с презентации нового «Кинопоиска»: Fb Павла Кушелева

Автор: Виктория Федосеенко © SmartBabr НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 3143
11.10.2015, 13:35 17

URL: <https://babr24.com/?ADE=270329> Bytes: 4535 / 4321 Версия для печати Скачать PDF

[👍 Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com



Автор текста: **Виктория Федосеенко**, журналист.

На сайте опубликовано **1274** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)