

Google+, «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook: кто кого?

Как изменится мир, когда социальные сети придут в каждый дом.

Корреспонденты «Русского Репортёра» поговорили с пятью видными интернет-экспертами и попытались выяснить, что же будет с социальными сетями в ближайшие несколько лет: переместимся ли мы окончательно жить в интернет, завоюет ли Facebook Россию и что будет с новым проектом от Google.

Антон Носик, интернет-аналитик, автор популярного блога dolboeb.livejournal.com

По-моему, борьба между социальными сетями – это миф. Причем миф этот уходит корнями еще далеко в доинтернетовскую реальность и в доинформационную экономику. Раньше как было: если вы купили себе «Мерседес», то «БМВ», скорее всего, вы уже не купите; а если вы свою попу втиснули в сиденье «Аэрофлота», то вы не можете ту же попу посадить в сиденье «Трансаэро». Каждый рубль, полученный из кармана одного поставщика, приходит из кармана другого поставщика. Конкуренция возникает из-за ограниченного ресурса. В интернете ничего похожего не существовало с первого дня. Растет количество пользователей, растет и время, которое эти пользователи проводят в Сети: когда-то мы проводили у экрана 40 минут в неделю, а теперь – 17 часов в сутки. Соответственно появляется все больше новых интернет-сервисов. Логика ограниченного ресурса здесь уже не работает. Мы видели интернет-компании, которые «сдулись»: Likes, AltaVista, MySpace, «Апорт» – но это только их собственная вина, и конкуренты тут совершенно не при чем. Понимаете, здесь нет одеяла, которое нужно перетягивать.

Глупо говорить, что Facebook вторгается в Россию. Русский пользователь выяснил, что западная сеть может им быть полезна, и стал ею пользоваться. Это не Цукерберг взял и сам пришел к пользователю. У Facebook в России есть гигантский рекламодательский спрос и есть представитель, с которым можно поговорить об этом, – это трудно назвать вторжением.

Facebook смог предложить то, чего нет у «ВКонтакте». Это сервис для так называемых global russians, то есть, для людей с большим количеством международных связей. «ВКонтакте» удовлетворяет спрос студента и школьника на интернет-общение с людьми, с которыми он каждый день видится в классе или в аудитории. Да и потом это самый крупный пиратский аудио- и видеоплеер. Facebook себе такого позволить не может. Между этими социальными сетями нет конкуренции. Никогда никакой массовый, попсовый сервис типа «ВКонтакте» не будет интересоваться узкими сегментами качественной аудитории, под которую заточен Facebook. Это разные жанры. Если вам в Макдональдсе начнут делать филе Россини с фуа-гра, согласитесь, это будет странно. Макдональдс делает гамбургеры и продает их миллиардам людей по всему миру, ему просто незачем обращаться к изысканной кухне. Логично, что сейчас цель сети «ВКонтакте» – стать таким же попсовым сервисом за пределами России.

То же самое можно сказать про «Одноклассников». Это две совершенно разные истории. Первая сеть – инструмент общения с теми, с кем ты каждый день видишься, вторая – для общения с теми, с кем ты не виделся 40 лет. Принципиально разные люди и разная активность пользования интернетом. Многим посетителям «Одноклассников» от интернета больше ничего и не нужно, они пришли ради одного сервиса и другие им не интересны.

Каждая социальная сеть развивается самостоятельно, удерживая или увеличивая свою аудиторию. Например, у «Одноклассников», как и прогнозировалось в 2007 году, рост достиг определенной критической точки и в ней остановился. Это связано со спецификой целевой аудитории сайта, которая «вычерпывается». Вот у «ВКонтакте» целевая аудитория – молодежь, она постоянно возобновляется. Вряд ли у сегодняшнего 25-летнего пользователя «ВКонтакте» через 15 лет будет мотивация сказать: «Ну вот, мне стало сорок, перейду-ка я «Одноклассники».

Вообще-то при нынешней динамике «Одноклассникам» недолго осталось. Если сайт и впредь будет примером

неуспешного, увядающего проекта в линейке Mail.ru Group, то его недогнувшей рукой схватит и проглотит какой-нибудь «Мой Мир». И это произойдет не потому, что они конкуренты, а потому, что у них один хозяин.

Что касается Google+, я верю в карму. Я верю, что хорошая вертикальная компания, двадцать раз споткнувшись на неудачных попытках наладить горизонтальные связи со своими пользователями, могла бы извлечь уроки. Были ведь уже и Google Wave, и Google Buzz...

Google - это публичная компания с капитализацией больше сотни миллиардов, торгуемая на бирже, у нее миллион акционеров. Поэтому чудовищное количество аналитиков говорят, что у короля офигенное новое платье, что это смертельная угроза для Facebook, что это очень привлекательно для пользователей. И вот грядет, трясись Цукерберг! Это смешно для тех, кто знает предыдущие аналогичные сервисы Google. Простите, но Google+ - это Google Buzz под другим названием. Эта новая социальная сеть просто не ориентирована на принципы человеческой социализации. Человеку не свойственно выставлять уровень доступа к записи - это неудобно. Удобно человеку твитить. Удобно тратить одну минуту. А к каждой записи проставлять уровень доступа - убивать время.

Как я уже говорил, социальные сети – это инструмент, который обслуживает потребности людей. Люди научились добывать огонь и электричество, с тех пор интерес к этим вещам не падает. Вещи, которые преобразуют нашу жизнь и удовлетворяют потребительские привычки, остаются с нами навсегда. Сегодня в социальных сетях сидит больше народу, чем жило в XX веке. Это не блажь, не причуда, это функциональность, которая полезна для людей - как интернет, как мобильные телефоны.

Александр Блохин, создатель и редактор портала о социальных медиа Cossa.ru, старший специалист по интернет-коммуникациям Tele2 Россия

В России долгое время шла борьба между «Одноклассниками» и «ВКонтакте» и в какой-то момент она стихла, так как каждая площадка нашла свою аудиторию и перемещения пользователей между сайтами минимальны.

О Google Plus сейчас рано делать выводы, так как всё покажет время. Сказать, что Google Plus предложил рынку социальных сетей что-то особенное, нельзя. Им бы для начала сделать то, что есть сейчас у других социальных сетей. Поэтому некорректно сравнивать Google Plus с социальными сетями, которые существуют уже не один год.

Если посмотреть на статистику переходов на сайты рунета из социальных сетей, то количество переходов с Facebook в 10 раз меньше, чем количество переходов из «ВКонтакте». Судить однозначно по этому показателю нельзя, но есть ещё статистика, предоставляемая социальными сетями. В Facebook сейчас примерно 4,5 миллиона пользователей, в «ВКонтакте» – 61 миллион, разница также примерно в 10 раз. Поэтому можно точно говорить, что Facebook в войне пока проигрывает, и будет проигрывать ещё год минимум.

Использовать в бизнес-целях возможно оба сервиса. Всё зависит от целей и задач. Если компания хочет работать на узкую аудиторию активных пользователей интернета, на тех, кто следит за всеми трендами и новинками, стоит продвигаться в Facebook. Если же нужна массовая аудитория, то нужно идти в «ВКонтакте», тем более, что сайт сейчас активно работает с компаниями. В Facebook много аудитории найти не получится.

Для завоевания аудитории социальные сети ищут способы сотрудничества с сущностями, у которых эти аудитории есть. Например, Facebook в России начал с сотрудничества со СМИ: у средств массовой информации есть аудитория, почему бы не постараться её всю перетащить в социальные сети. Поэтому, например, логотип Facebook показывается в программе «Вести», на телеканале «Россия-1», а ссылки на страницы социальной сети находятся на сайтах «Коммерсанта», «Ведомостей». «ВКонтакте» также начинает действовать, и виджет социальной сети стоит, например, на сайте «Русского репортёра».

Максим Шпон, специалист по социальным медиа, создатель крупнейшей справки по раскрутке во «ВКонтакте»

В России, как и в прошлом году, главные битвы происходят между двумя гигантами: отечественной «ВКонтакте» и зарубежным Facebook. Но сейчас, по сравнению с последними кварталами 2010 года, баталии несколько стихли. Сейчас у гигантов появился новый конкурент, социальная сеть Google+, которая за пару недель уже набрала аудиторию в сотни тысяч человек.

Если брать аудиторию из России по возрастному критерию, то в Facebook преобладает аудитория 18-27 лет. Обусловлено это тем, что в Facebook регистрируются студенты, как правило, изучающие иностранные языки,

либо проживающие за границей. В «ВКонтакте» все проще: активная возрастная категория начинается уже с 15 лет. Естественно, это отражается на популярности, ведь практически 85% аудитории из России - это люди, интересующиеся сферой IT и работающие в ней; имеющие родственников за границей, студенты, изучающие иностранные языки. Здесь больше развлекательного контента: разнообразные анекдоты, цитаты, демотиваторы. В Facebook, наоборот, медийный контент: музыка, видеоклипы, фильмы. В Facebook работать гораздо сложнее, нет «волшебных» формул и стратегии, которые бы работали всегда, но и результат тоже лучше, потому что в Facebook очень низкая «заспамленность» и очень жесткая политика по отношению к рекламе.

Привлекают всем, чем можно. «ВКонтакте» вводит загрузку текстовых документов, запускает приложения для Android и touch-версии. Борьба идет каждый день, и в данный момент нельзя сказать, что какая-то из социальных сетей преобладает над всеми остальными.

В будущем, думаю, что будет полная интеграция с SEO, хотя может быть это будет и раньше, так как первые шаги уже сделаны.

Социальные сети полностью заменят электронную почту, станут наибольшим хранилищем медийных файлов. Если уже сейчас я практически 24 часа он-лайн (уходя из дома, я с помощью мобильного телефона слежу за обновлениями в сетях), то через 10 лет они будут полностью интегрированы в нашу жизнь. Чтобы посмотреть ленту новостей, компьютер уже не понадобится. Это можно будет сделать за инновационным кухонным столом.

Владимир Логинов, генеральный директор коммуникационного агентства Market Hooligans

Социальная сеть может удержать аудиторию только внутренним совершенствованием: введением новых сервисов, улучшением уже существующих, взаимной интеграцией в другие ресурсы (так сделали, например, Facebook и Livejournal, kinopoisk.ru и «ВКонтакте»). Не совсем правильно говорить о войне за аудиторию, для каждой социальной сети есть свой пользователь. Здесь имеют значение разные факторы: уровень образования, возраст и т.д. Facebook с самого начала обзавёлся образованной, взрослой аудиторией среди российских пользователей, так как изначально он был англоязычным, и русификация произошла относительно недавно. А пользователь, в свою очередь, выбирает ту среду обитания в сети, в которой он может самостоятельно ориентироваться и встретить своих «друзей». Facebook направлен на обмен качественной информацией, развитие международного общения. «ВКонтакте» же позволяет публиковать любой контент, правда, новостную ленту можно использовать исключительно как информатор по «друзьям», а Facebook даёт возможность получения информации от официальных источников: журналов, информационных агентств, брендов. Здесь российская социальная сеть не догонит никогда. Наблюдается интересная картина: молодая аудитория (школьники, студенты начальных курсов вузов) активно используют «ВКонтакте» и другие сети, причём одновременно, но уже к ближнему к получению диплома аудитория постепенно переходит в Facebook, а «старые» сети использует как бесплатный он-лайн медиаплеер.

По поводу реального количества пользователей российских проектов возникает немало вопросов и сомнений. К примеру, в какой-то момент «ВКонтакте» заявлял количество зарегистрированных российских пользователей на порядок выше количества пользователей интернета в стране. «Мой мир» показывает статистику сразу по всем проектам mail.ru (которых около четырех десятков), и социальная сеть имеет достаточно низкую активность. Думаю, чтобы получить реальную цифру по аудитории, надо делить на два. В сети невероятное количество «мёртвых» аккаунтов и так называемых «ботов».

Что касается будущего, я думаю, бесспорный мировой лидер – это Facebook. У сайта на сегодняшний день более 700 миллионов пользователей, и эта цифра растёт с каждым днём, постепенно приближаясь к полному охвату всех пользователей интернета в мире. Скорее всего, основная российская аудитория перейдет в Facebook, это вопрос времени. По крайней мере, есть такая тенденция. Пять миллионов пользователей уже перешли в западную социальную сеть, и это «качественная» аудитория, которая потянет за собой оставшуюся часть. Но это вовсе не говорит о том, что другие проекты умрут. Они останутся, и будут жить, но для «своей» аудитории.

Через 10 лет все социальные сети будут взаимодействовать друг с другом. Думаю, одна общая социальная сеть вполне могла бы заменить существующий сегодня интернет, и это решило бы массу проблем с контролем информации и идентификацией пользователей.

Иван Засурский, заведующий кафедрой новых медиа и теории коммуникации МГУ

Главные локальные военные действия на территории России ведутся между Facebook и «ВКонтакте». Причем, последний побеждает. На самом деле, почему это происходит, не так сложно разобраться. Facebook и «ВКонтакте» не являются прямыми конкурентами, это два разных сервиса. Российская социальная сеть предоставляет доступ к огромной коллекции, где люди хранят свои видео, музыку, фотографии. Такой набор функций мог быть разработан только в России. А главное, это все очень востребовано, намного больше, чем то, что предлагает Facebook. В России Facebook, в какой-то степени, больше медиа, нежели социальная сеть.

С «Одноклассниками» ситуация иная. Сайт рассчитан на людей старше сорока лет, которые потеряли свои связи или которые изначально общаются на этой платформе. То есть, «Одноклассники» для многих людей вообще стал поводом прийти в интернет. У них, кстати, и активность растет. Сейчас же основной рост количества пользователей интернета происходит за счет людей старше 45, которые живут в регионах. Потому что все остальные уже он-лайн. Получается, что для обслуживания этой аудитории у «Одноклассников» сегодня самые удачные предложения. С посещаемостью сети «ВКонтакте» и так все ясно, охват очень большой. Создатели постоянно вводят новые сервисы теперь, например, можно работать с документами. А их коллекция аудио и видео вообще выше всяких похвал. У них, правда, есть проблемы с правообладателями, но сейчас ведь не об этом речь.

Правда, по моему мнению, у «ВКонтакте» есть все шансы потерять рынок. Недавно стало известно, что эта сеть закрывает группы белорусских оппозиционеров. Если они слишком сильно будут привязаны к политическому режиму, то могут заработать дурную репутацию. И потом, как я уже говорил, из-за возмущений правообладателей могут закрыть доступы к медиа-коллекциям, появятся легальные предложения. Я не исключаю, что в связи с этим Facebook получит еще одну волну роста аудитории.

Что касается Google+, я еще даже не успел его попробовать. Здесь у меня есть профессиональный интерес. Судя по комментариям, которые дали мне эксперты, сервис лучше, чем предыдущие Google Wave и Google Buzz. Компания в этот раз даже идеологически позиционирует сайт не как совершенно новый продукт. Google дает понять, что сеть базируется на уже имеющихся функциях и таким образом развивает их. Это кажется мне довольно перспективным подходом.

На самом деле, очень трудно внедрить новый продукт, но есть огромное количество людей, которые пользуются их почтой. Я свидетель тому, что Google удалось нанести огромный удар по рынку мессенджеров, а их браузер Chrome сегодня крайне популярен. Секрет социальных сетей в их уникальности. Понятно, что никому не нужен второй Facebook. Кстати, говоря об уникальности, Facebook дал пользователям уникальную формулу. Это же, по большому счету, мощная вирусная среда: друзья друзей видят все, что ты пишешь и добавляешь. У «ВКонтакте» нет такой вирусности. В том смысле, что общение внутри этой сети происходит в группах и между людьми, которых ты уже знаешь. Посмотрим, в чем будет фишка Google+.

А вообще-то, честно говоря, у меня, как у любого другого пользователя с опытом, осталось очень мало сил и времени, для того, чтобы новое (уникальное) использовать. Например, в Twitter мне уже не очень хочется писать. В конечном счете, время у людей ограничено, нельзя же всю жизнь провести он-лайн.

Дарья Головина, Тимур Юсупов, Мария Еремина

Автор: Артур Скальский © Русский репортер ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 👁 3609 28.07.2011, 10:19 📄 339

URL: <https://babr24.com/?ADE=95535> Bytes: 16408 / 16366 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: **Артур
Скальский.**

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](#)