

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ CLUBHOUSE КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ДИАЛОГА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Бакыт Мади

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Козел В.И. – к.п.н., доцент

Научная работа содержит краткое описание приложения Clubhouse. Раскрываются причины популярности социальной сети и новые тенденции в ее развитии. Путем экспериментального исследования выявляется отношение молодых людей в возрасте от 16 до 24 лет к приложению как платформе для создания диалога.

Общение молодежи в социальной сети стало для современного общества нормой. Среди известных всем социальных сетей внимание привлекает новая социальная сеть Clubhouse, закрытая для широкой аудитории, так как попасть туда можно только с помощью знакомых, уже получивших к приложению доступ. Социальная сеть Clubhouse была создана весной 2020 года. Ее авторами являются выпускники Стэнфордского университета Пол Дэвисон и Роэн Сет.

Уже в январе 2021 года приложение, работающее только на IOS, оценивалось в миллиард долларов. Создатели подчеркивают, что одним из главных принципов платформы является «искреннее общение и выражение» [1].

Раскроем причины популярности данной сети. Одной из основных причин ее популярности является иллюзия прямого разговора с известной личностью. В Clubhouse присутствуют люди, но нет каналов как таковых или страниц, на которые можно подписаться (есть закрытый клуб по темам, который позиционируется как элитный для привлечения новых пользователей). Тематика коммат связана с технологиями, бизнесом и маркетингом. В новомодный сервис первыми заходили предприниматели, журналисты, а потом только рядовые пользователи [2]. Тот, кто хочет пообщаться, создает свою комнату, до этого побыв в роли спикера в другой комнате. Она становится видна в рекомендациях.

Своей популярностью Clubhouse во многом обязан создателю Tesla Илону Маску и основателю Facebook Марку Цукербергу, которые решили присоединиться к этой соцсети и тем самым подали пример многим другим знаменитостям, интерес к которым вызвал рост пользователей у приложения. Маск в ходе дискуссии порассуждал об экспедиции на Марс и построении цивилизации на этой планете, рассказал о работе своей компании Neuralink, говорил о воспитании детей в современном обществе, а также высказался о битве пользователей Reddit с Уолл-стрит. После чего с ним подискутировал Влад Тенев, основатель сервиса Robinhood, который использовался многими пользователями Reddit для покупки акций GameStop. При этом Маск еще и анонсировал свое выступление в Clubhouse у себя в твиттере с 46 миллионами подписчиков. В итоге ажиотаж вокруг разговора с ним был таким, что его запись выложили на ютубе — хотя формально это и запрещено правилами сервиса. В данном случае исключение было сделано потому, что «комната» на пять тысяч человек (а это лимит участников) просто не могла вместить всех желающих послушать его выступление [3]. Кроме того, во многих беседах организаторы просят журналистов оставить обсуждения off the record, то есть не публиковать какие-либо подробности, о которых они могли здесь узнать. Благодаря этой эксклюзивности и таинственности молодая соцсеть привлекает аудиторию и сохраняет теплую «ламповую» атмосферу [4].

По данным сервиса аналитики ClubData, предоставленным по запросу Forbes, к 15 марта в российском Clubhouse зарегистрировались 941 000 пользователей. К началу марта в соцсети зарегистрировались 653 590 человек. С начала марта показатель DAU стабильно снижался: со второго по восьмое число он упал более чем вдвое, затем на праздничные дни немного вырос, после чего падение продолжилось. Сейчас DAU составляет порядка 60 000–70 000 активных пользователей. Динамика новых регистраций также снизилась, говорит руководитель диджитал-агентства Out Digital и основатель ClubData Роман Зарипов [5].

Общение отличается вежливостью, дружелюбием, отсутствием агрессии. Однако есть опасение, что битва за число пользователей можно привести к снижению качества социальной сети. Например, в американском сегменте Clubhouse первые недели общение было ровно таким же – дружеское общение, так как присутствовали люди, которые знакомы друг с другом или хотя бы слышали друг о друге. В русском сегменте было так же, пока не пошла волна новых подписчиков, что способствовало повышению агрессии, хотя в приложении можно пожаловаться на человека, оскорбляющего других, и после нескольких замечаний его аккаунт заморозят [6].

Темой нашего исследования стало выявление популярности социальной сети Clubhouse среди молодежи от 16 до 24 лет. В интернет-опросе [7] приняли участие 40 человек. 30 % от общего количества испытуемых составили девушки. 50% респондентов находятся в возрасте от 19 до 21 года. 47,5 % – 16–18 лет. И остальные участники опроса имеют возраст от 22 до 24 лет. На вопрос «Насколько знакома эта социальная сеть?» только 35 % опрошенных указали, что знакома.

Ниже представлены результаты, указывающие на частоту использования социальной сети Clubhouse на пике её популярности. Как видим, 85 % респондентов редко пользуются этой сетью. Всего лишь 2,5 %

молодых людей используют сеть каждый день, 7,5 % опрошенных заходят в приложение каждый день, но только слушают обсуждения тем (Рисунок).



Рисунок. – Результаты, указывающие на частоту использования социальной сети Clubhouse

На вопрос на сколько Clubhouse был полезен, как источник новой и интересной информации 67,5 % испытуемых заявили о бесполезности полученной информации, полезной оказалась информация для 5 %. Таким образом, приходим к выводу, что социальная сеть Clubhouse не стала популярной для молодежи в возрасте от 16 до 24 лет в силу, на наш взгляд, ряда причин:

- 1) приложение доступно только на айфоне и имеет ограничение участников по возрасту (18+) (хотя это трудно проконтролировать);
- 2) обсуждение тем зачастую происходит на английском языке;
- 3) попасть в приложение можно только по приглашению других людей;
- 4) количество мест в комнате ограничено;
- 5) среди популярных спикеров стало меньше русскоговорящих людей;
- 6) комнату можно создавать только после того, как сам побывал спикером в другой комнате (не всегда молодые люди готовы порассуждать на различные темы).

Список использованных источников:

1. Clubhouse: что это такое, зачем он нужен и почему о нем все говорят / Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-56101847>. – Дата доступа: 22.03.2021.
2. Обзор Clubhouse. Лучшее место для того, чтобы понять, как устроен медиабизнес / Режим доступа: <https://rozetked.me/reviews/15332-obzor-clubhouse-luchshee-mesto-dlya-togo-chtoby-ponyat-kak-ustroen-mediabiznes>. – Дата доступа: 24.03.2021.
3. Все вокруг ищут инвайты в Clubhouse. Что это такое? А мне туда нужно? Рассказываем о соцсети, в которой можно поговорить с Илоном Маском или Марком Цукербергом / <https://meduza.io/feature/2021/02/11/vse-vokrug-ischut-invayty-v-clubhouse-cto-eto-takoe-a-mne-tuda-nuzhno>. – Дата доступа: 23.03.2021.
4. Что такое Clubhouse, кого там можно встретить и как туда попасть / <https://kod.ru/cto-takoe-clubhouse/> – Дата доступа: 24.03.2021.
5. «Прошла эйфория»: как всего за месяц угас ажиотаж вокруг Clubhouse и что ждет соцсеть в будущем / Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/423739-proshla-eyforiya-kak-vsego-za-mesyac-ugas-azhiotazh-vokrug-clubhouse-i>. – Дата доступа: 24.03.2021.
6. Соцсеть Clubhouse – как она работает и кому она интересна / Режим доступа: <https://mobile-review.com/articles/2021/clubhouse.shtml>. – Дата доступа: 24.03.2021.
7. Мадю Бакум. Результаты опроса / Режим доступа: <https://ru.surveymonkey.com/results/SM-R7Y8SYLL9>. – Дата опроса 06.04.2021.