

На этой неделе Twitter представил сразу два нововведения. Рекламодателям предложили видеоролики, которые практически невозможно пропустить, а пользователям — алгоритмическое построение ленты новостей. Это не первые спорные изменения, последовавшие после возвращения сооснователя Twitter Джека Дорси на пост гендиректора компании. «Лента.ру» вспомнила последние нововведения сервиса и выяснила, получится ли у Дорси преодолеть кризис Twitter.

Ожидаемое возвращение

Сооснователь Twitter Джек Дорси официально возглавил компанию 5 октября 2015 года. После возвращения его негласно прозвали старым новым гендиректором — ведь он уже руководил сервисом в 2006-2008 годах. Свой уход тогда он объяснил желанием развивать сторонний проект — стартап для электронных платежей Square. Но, по слухам, акционеров не устраивала его излишне эксцентричная манера управления компанией.

Как только Дорси вновь оказался в кресле гендиректора, аналитики тут же усомнились в его способности совмещать две руководящие должности, тем более что Square готовился к IPO. Но инвесторы были настроены куда оптимистичнее, и акции Twitter сразу выросли на 1,9 процента.

Первым делом новый гендиректор сократил штат Twitter на 8 процентов, в рамках реструктуризации уволив 336 сотрудников, а затем анонсировал ряд масштабных преобразований.

#RIPTwitter?

Одним из них стало введение нового способа формирования новостной ленты. Компания решила отойти от хронологического принципа и теперь показывает пользователям твиты, «которые, вероятно, будут им наиболее интересны». При этом конкретные критерии отбора новостей администрация не раскрывает.



Больше рекламы хорошей и разной

Другой спорной инициативой нового руководства стало изменение формата рекламы. Недавно Twitter представил премиальную видеорекламу: при открытии приложения или при входе в аккаунт она появляется вверху всех твитов, поэтому ее практически невозможно пропустить. Каждый день всем пользователям будет демонстрироваться один спонсорский ролик. По традиции услуга станет доступна сначала в США, в ближайшие месяцы — в остальных странах.

Результаты четвертого квартала 2015 года тоже оказались неутешительными: число активных пользователей Twitter в четвертом квартале 2015 года снизилось на два миллиона, что стало первым сокращением клиентской базы с 2013 года. Всего число пользователей составило около 305 миллионов человек в месяц, а за последний год выручка компании достигла 2,2 миллиарда долларов. При этом Facebook, Instagram,

WhatsApp и WeChat с каждым годом увеличивают аудиторию, которая уже превысила показатели Twitter.

Но этого мало — компания решила заработать в том числе и на незарегистрированных пользователях. В декабре 2015 года Twitter стал показывать рекламу тем, кто не имеет аккаунта в соцсети, то есть примерно 500 миллионам человек в месяц. Тестирование новой функции началось в США, Великобритании, Японии и Австралии, в ближайшем будущем опцию запустят и в других странах.

В то же время компания по собственной инициативе избавила от просмотра рекламы небольшую группу пользователей, в которую вошли знаменитости с огромной базой подписчиков и те, чьи твиты активно цитируются. У одних объявления полностью исчезли из ленты, у других количество их значительно сократилось. Таким образом компания рассчитывает повысить лояльность своей основной аудитории.

Верните звезду на место

3 ноября 2015 года стало известно, что компания отказывается от «звездочек» («Избранное») в пользу «сердечек» («Нравится»). Нововведение объяснили тем, что сердце — более универсальный символ, понятный людям различных культур. Кроме того, иконка понравилась участникам бета-тестов нового дизайна. Изменения произошли и в сервисе микроклипов Vine.

Вскоре в русскоязычном сегменте Twitter топ возглавил хэштег #вернитезвездунаместо. Свои прощания со «звездами» англоязычные юзеры высказывали по хэштегу #TwitterHeart. Некоторые посчитали, что переход на лайки лишил сервис индивидуальности и сделал слишком похожим на Facebook, Instagram и другие социальные сети. Другие же искали способы вернуть звездочки с помощью плагинов.

— [Слендор - Блендор] (@alina12128) [07 февраля 2016, 18:11](#) **Что дальше?**

После всех неоднозначных изменений главным вопросом по-прежнему остается будущее компании и ее гендиректора.

Известно, что долгожданную функцию редактирования твитов, о которой Дорси лично просила Ким Кардашьян, в ближайшее время все же не введут. По словам топ-менеджера Twitter Кевина Вайля, компании требуется время, чтобы рассмотреть возможные варианты злоупотреблений этой возможностью. Например, пользователь добавил комментарий к определенному ретвиту, однако первоисточник затем может полностью изменить смысл текста.

А вот расширение ограничения на количество знаков в твите, по слухам, уже не за горами. Дорси намекнул, что отнюдь не против подумать об этом, а в СМИ уже сообщили о планах Twitter увеличить лимит с 140 до 10 000 знаков.



Штаб-квартира Twitter в Сан-Франциско [\\$\('#14555955836421862'\).html\(decodeURIComponent\('%d0%a4%d0%be%d1%82%d0%be%3a%20%52%6f%62%65%72%74%20%47%61%6c%62%72%61%69%74%68%20%2f%20%52%65%75%74%65%72%73'\)\)](#);

В 2016 году компания планирует сфокусироваться на борьбе с троллями и оскорблениями в соцсети (для этого уже был [запущен](#) Twitter Trust and Safety Council), продвижении видеотрансляций (Twitter владеет приложением Periscope) и налаживании отношений с независимыми разработчиками приложений для платформы.

Надо отметить, что Twitter до сих удалось сохранить действительно уникальную концепцию: это удобное место для получения и публикации важной информации, которая представлена в виде коротких и быстрых в распространении твитов. Несмотря на противоречивые изменения у сервиса имеется свое ядро, которое готово принять перемены Джека Дорси. Ведь в свое время Павел Дуров все же убрал стену из «ВКонтакте», и, невзирая на отрицательную реакцию пользователей, соцсеть живет и развивается. Поэтому конец Twitter пока предрекать не стоит.

[Ирина Ли](#)

Источник - <http://lenta.ru/articles/2016/02/13/twitterdown/>