

Игры, в которые играют менеджеры

Чемпионат виртуальных образов в Сообществе E-executive.
Особенности поведения профессиональной аудитории
в сетевом пространстве

Андрей Семеркин,
главный редактор E-executive

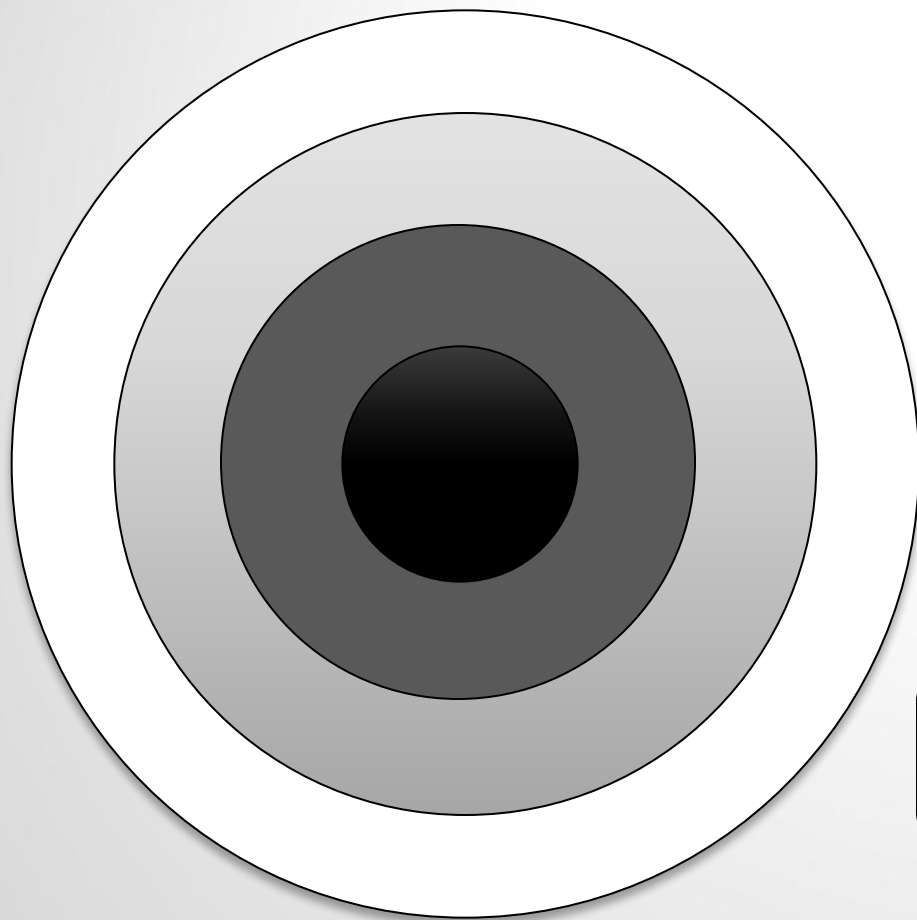
Что такое E-executive?

Сообщество	244 тыс.зарегистрированных пользователей. 9,7% - владельцы и совладельцы бизнеса, 21,5% - топ-менеджеры, 36% - менеджеры среднего звена (Комкон).
Масс-медиа	~ 400 тысяч уникальных пользователей в месяц (TNS)
Компания	Первый проект Web 2.0 в Рунете (2000 год). Стратегия фокусирования на премиальной аудитории

Стратегия фокусирования



Медиаметрия



~400 тыс. уникальных
пользователей в месяц

244 тыс. зарегистрированных
пользователей

~ 115 тыс. залогинилось
с 25 янв. 2008 по настоящее время

~ 60 тыс. приняло участие
в дискуссиях с 25 января 2008 г.

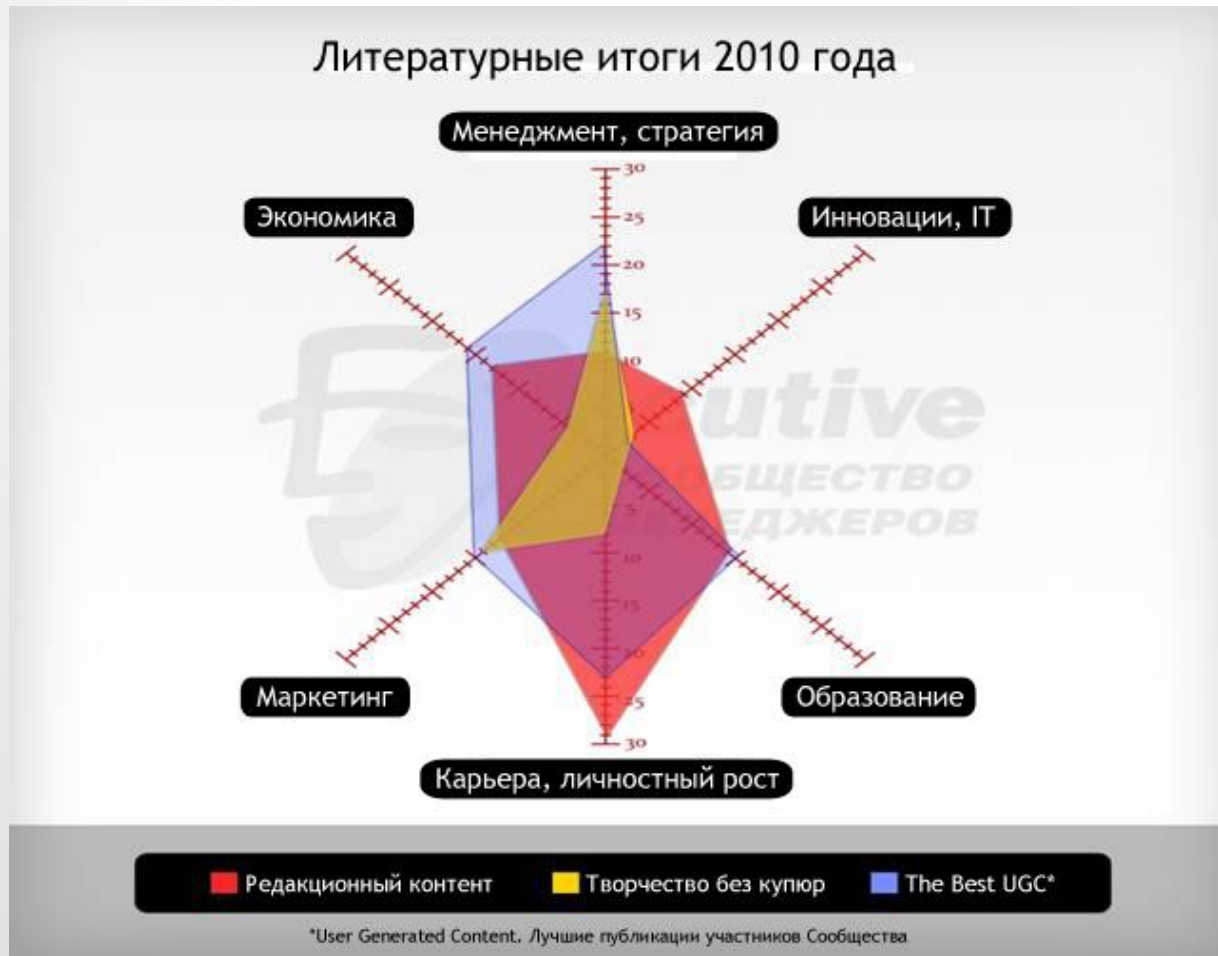
Зачем приходят в E-executive?

- ▣ **Learning community:** профессиональный и личностный рост, повышение рейтинга в глазах работодателя, в глазах рынка, в собственных глазах
- ▣ Пообщаться.
- ▣ Пообщаться = Поговорить + Послушать
- ▣ Послушать ~ 400 тыс. человек
- ▣ Поговорить = 60 тыс. человек
- ▣ **Инф. спрос** формируют те, кто хотят послушать (400 тыс. человек), а **инф. предложение** – те, кто хотят поговорить (60 тыс. чел + редакция E-executive)

Спрос и предложение в E-executive

User generated content	Предложение	Спрос
1200 публикаций в год, т.е. 80% всех публикаций портала	Около 1.000 авторов	400 тысяч уникальных пользователей (TNS)
8128 дискуссий 75 групп (социальные круги) 1500 блогов, в том числе «звездных блогов»	60.000 участников 8.000 участников 1.500 владельцев	

Профессиональные интересы



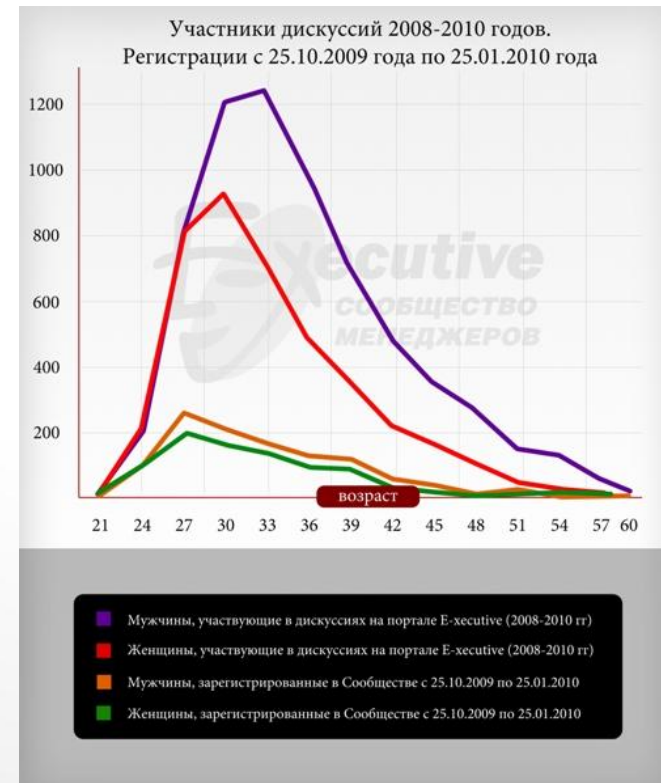
Неофиты моложе старожилков

Новые пользователи моложе старожилков: пиковый возраст пользователей:

- «Старые» – 33-34 года
- «Новые» - 27 лет

Источник:

<http://www.e-xecutive.ru/about/history/1249377/>



Эмоциональные роли юзеров

- Беспристрастно делится знаниями = «специалист»
- Проповедует какую-то идею = «пастор»
- Топит собеседника в деталях = «зануда»
- Высмеивает всех подряд = «шут»
- Кокетничает = «кокетка»
- Атакует других = «альфа-самец»
- И т.д. и т.п.
- Человек может играть попеременно на разных форумах **несколько** ролей!

Собрание масок



E-xecutive: *Сообщество E-xecutive – это собрание масок?*

Лия Киневская: Грубо говоря, да. Это маски, которые можно контролировать и которые могут компенсировать ту нехватку внутренних эмоций, чувств отношений, что есть у людей в офлайне. Есть маски адекватные, а есть те, которые тягощуют своего владельца. Найти маску, которая мне нужна, которая меня дополняет. Это не маска, а фактически двойник.

<http://www.e-xecutive.ru/career/adviser/1320001/>

Конкуренция масок

	Спец	Кокетка	Шут	Зануда	А-самец	И т.д.
Спец						
Кокетка						
Шут						
Зануда						
А-самец						
И т.д.						

Эмоциональная роль E-executive

- Заполнение пространства между «Я1» и «Я2», между тем, какой **я есть** на самом деле, и тем, каким **я хочу быть**.
- Создание «виртуального двойника»
- Компенсация одиночества
- И т.д. и т.п.

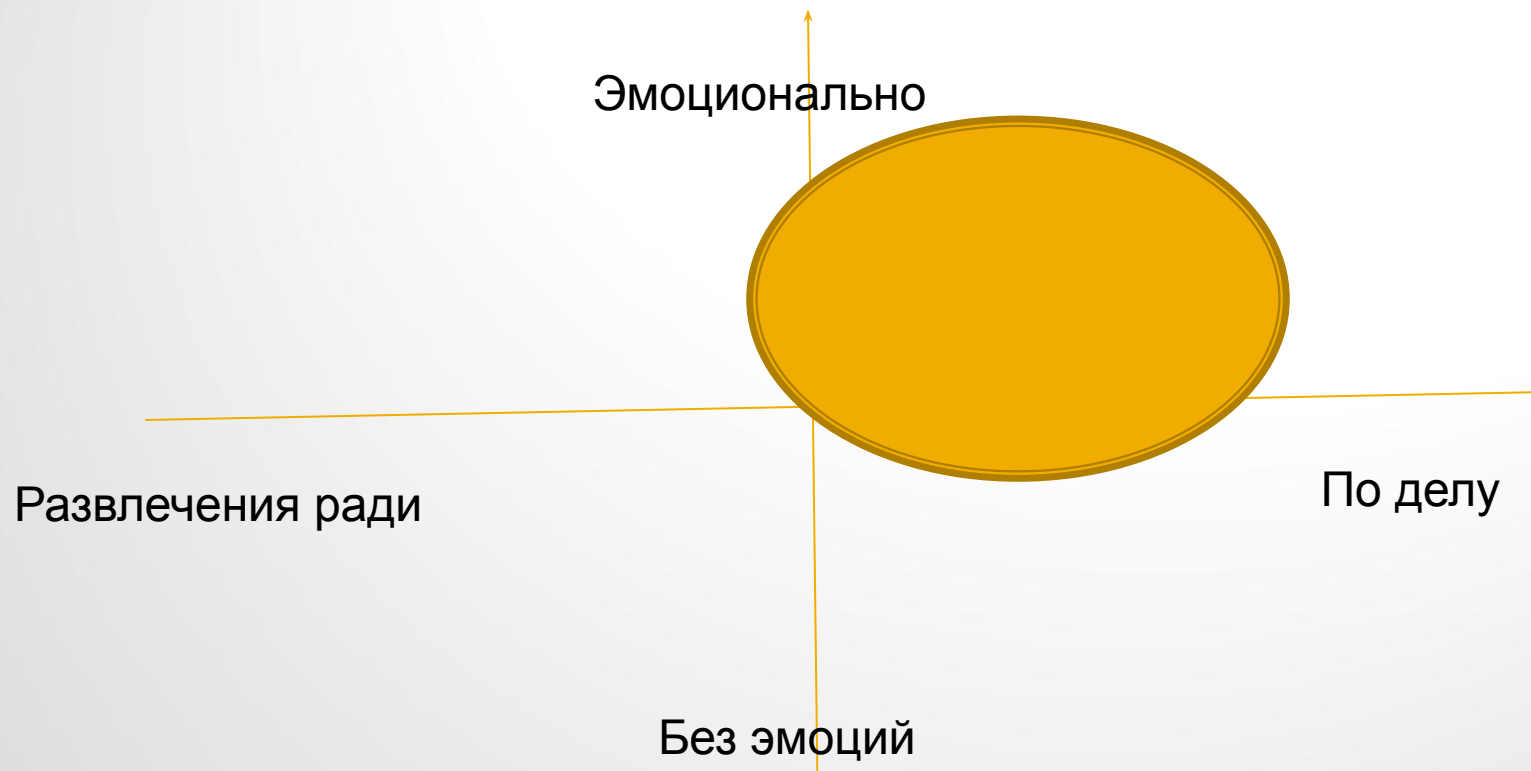
Двойная мотивация

- Торстейн Веблен. «Теория праздного класса». Рубеж XIX и XX века.
- Зачем человек покупает Bentley? Для того, чтобы ездить? Или для того, чтобы предьявить обществу?
- Зачем человек покупает книгу? (Алексей Ильин, главный редактор Alpina о создании «книжных сообществ»)
- Пообщаться = приобрести знания + убить время, получить знания + пококетничать, пококетничать + убить время, получить знания + эмоционально разрядиться или эмоционально зарядиться

Что сказал бы доктор Эрик Берн?

Роли Берна	Роли участников Сообщества E-executive
Parents	Альфа-самец
Adults	Специалист, Кокетка
Child	Зануда, Шут (маска отличника)

«По делу», но эмоционально



Краеугольный камень E-хе

- В Сообществе состоят люди правых и левых политических взглядов, жители больших и малых городов, собственники и наемные сотрудники, молодые и взрослые, романтики и скептики, патриоты и космополиты, находящиеся на взлете и на исходе мотивационного цикла...
- Два отзыва пользователей о тексте «О чем плачут мачо?»:
- 1.«Все хорошо, но почему написано таким тяжелым языком?»
- 2.«А главное – так живо написано...»
- **Любая** идея, выдвинутая редакцией E-хе (расширять или сужать тематику, двигаться на «север» или на «юг» и т.д.) будет **гарантированно** поддержана одной группой пользователей и отвернута другой. На этом разнообразии и базируется проект.

Медиаигры 2008-2010

- **Медиаигра** – действие, игровой процесс, направленный на реализацию интересов участников Сообщества и использующий медийный потенциал портала.
- Лауреаты-2009
- Дискуссионный клуб (Москва, Питер, Екатеринбург...)
- Звездные блоги
- Социальные круги
- Вебинары

Медиаигры-2011

- Социальные круги
- Википедия
- Самиздат
- Карма Сообщества
- ТВ-проект
- И т.д.

Практические выводы

- 1. Все жанры хороши кроме скучного: ваш www-проект будет успешным, если вы придумаете эмоциональную игру для пользователей.
- 2. Ваше сотрудничество с E-executive будет успешным, если ваш мотив будет созвучен одному из мотивов Сообщества E-executive: декларируемому или недекларируемому

Спасибо!

- **Литература по теме:**
- Дон Тапскотт, Энтони Уильямс. Викиномика
- Клара Ших. Эра Facebook
- Б.МакКоннел, Д.Хуба. Эпидемия контента
- И.Стрелец. Сетевая экономика
- **Публикации**
- **на E-executive:**
- [Декларация Сообщества](#)
- [17% взволнованных граждан](#)
- [Затылком к ТВ, лицом к компьютеру](#)
- [О чем плачут мачо?](#)
- [Большой театр](#)

Semerkin@e-executive.ru