

# Не выходи из комнаты



## Комнаты

Большинство комнат в Clubhouse появляются спонтанно и могут существовать всего несколько часов. Но в сервисе работают и регулярные комнаты, разговоры в которых проходят постоянно или по расписанию. Среди них есть специальная зона для интервью, комнаты компаний и места для релаксации.

### "Кто такой и зачем нужен"

Одна из самых популярных комнат в российском Clubhouse, которая началась ради шутки, но быстро выросла в самую востребованную площадку для интервью со знаменитостями. Эту комнату создал блогер Анатолий Капустин, изначально она называлась "Кто такой и зачем нужен Герман Клименко" – и появилась с приходом в Clubhouse бывшего советника президента.

В какой-то момент в комнату действительно зашел Клименко и начал отвечать на вопросы модераторов и пользователей. В комнате около 30 активных участников, которые каждый день зовут известных гостей. В формате живого интервью в "Кто такой и зачем нужен" всю неделю проходили беседы с режиссерами, предпринимателями, блогерами и другими знаменитостями, в том числе с Ильей Найшуллером, Полей из деревки, Настей Ивлеевой и управляющим директором "Яндекса" Тиграном Худавердяном.

В комнату постоянно заглядывают не только знаменитости, но и просто интересные спикеры, которые редко общаются с массовой аудиторией. Чаще всего разговор получается искренним и неформальным, хотя модераторы редко позволяют задавать вопросы слушателям.

### "Что нового?"

Ежедневное утреннее шоу от комика Александра Долгополова. Обычно начинается в 10-12 утра и длится несколько часов. Долгополов зовет в комнату друзей – других комиков и блогеров. Вместе они рефлексиируют над событиями прошлого дня, шутят и делятся историями.

Слушайте, если хочется провести расслабленное и непринужденное утро и немного посмеяться. Иногда участники комнаты поднимают в спикеров слушателей и дают им возможность рассказать, как дела.

### Yet Another Clubhouse Room

"Яндекс" первым из компаний запустил официальную комнату в российском Clubhouse и начал на регулярной основе общаться с пользователями. Компания пообещала каждый день звать руководителей подразделений, чтобы они рассказывали о своей работе и могли напрямую поговорить с клиентами.

Комната проходит каждый день в 19.00.

За недолгое время ее существования в ней выступили руководители "Яндекс.Лавки", "Яндекс.Go", "Яндекс.Драйва", "Поиска", "Кью" и не только. Они рассказывали о своей работе – например, что в "Лавке" ежедневно дегустируют все продукты одной категории, чтобы выбрать самые лучшие.

Помимо разговора о продуктах компании сотрудники часто размышляют и о технологиях в целом, но большую часть времени комната посвящена закусочной жизни "Яндекса". В конце комнаты "Яндекс" обычно дает слушателям какой-то промокод или анонсирует новость: так, после встречи с руководителем "Яндекс.Go" можно было получить 500 рублей на заказ в "Еде" или "Лавке", а "Яндекс.Драйв" объявил, что снимет баны за превышение скорости к трехлетию сервиса.

### "Молчаливые знакомства для людей с интересным био"

Самая популярная комната, в которой все молчат. В ней действительно больше ничего не происходит – можно потянуть руку и стать спикером, но смысл в том, чтобы все равно молчать. По задумке авторов, участники таким образом могут отдохнуть от "разговорной" части Clubhouse и заодно подписаться на интересных людей, прочитав описания их профилей.

Хорошая возможность набрать пару-тройку подписчиков, если при этом не хочется говорить. Правда, обычно в комнате находится несколько сотен человек, так что рассчитывать на подписки особенно не стоит. Идеальная комната для интровертов и тех, кто устал говорить.

### Clubhouse Night Show

Комнаты обсуждений в Clubhouse стало настолько много, что успеть на все невозможно. Поэтому самые активные участники сервиса придумали вечернее шоу, в котором они делятся своими наблюдениями о произошедшем в сервисе за день и спрашивают у слушателей, что интересного они узнали. Комната проходит каждый день в 00:00.

Слушайте, если вы хотите быть в теме, но не можете следить за Clubhouse в течение дня, или хотите узнать интересные истории, которые могли пропустить. Эта комната – самый удобный способ закрыть все пробелы.

### The Dacha

Это даже не комната, а целый набор комнат, входящих в единый "клуб" – сообщество единомышленников. Dacha – единственный и самый крупный клуб в русском Clubhouse, который создали для объединения русскоговорящих людей по всему миру.

**В России набирает популярность социальная сеть Clubhouse. Все понимают, что это модно, но мало кто – как и зачем. Попробуем немного прояснить.**

Под эгидой клуба регулярно появляются интересные обсуждения, у Dacha плотное расписание с мероприятиями на самые разные темы – от обсуждений бега до игры в "Что? Где? Когда?".

### The Good Time Show

Та самая комната (и одноименный клуб), в которую приходили Илон Маск и Марк Цукерберг. Ее организует сам Clubhouse и зачастую именно туда приходят давать интервью самые крутые знаменитости.

Здесь можно первым узнать, что интересного расскажут Маск или Цукерберг до того, как это появится в новостях на следующее утро.

### Comedy Show

Комната, в которой американские комики устраивают спонтанные стендапы в прямом эфире. Помимо этого они рассказывают о карьере комедийных артистов и устраивают лайв-игры с аудиторией. Главное – хорошо понимать английский на слух.

### Тренды

#### Профессиональное заполнение "био" и аватарок

Как только Clubhouse стал популярен в России, маркетологи начали обсуждать, как работать с сервисом. Спустя неделю они разработали целый свод требований по "правильному" заполнению профиля и созданию продвинутых аватарок.

Суть правил сводится к тому, чтобы использовать эмодзи и заполнять информацию о себе короткими фразами в одну строчку, но максимально подробно; наверху рекомендуется выносить самую успешную должность в карьере или самый известный проект.

Но "правильно" заполненного профиля мало, нужна еще корректная аватарка. Специально для этого IT-предприниматель Антон Лобовкин создал сайт Pic.House, где такую можно сгенерировать бесплатно, достаточно прислать сервису свое фото, после чего он предложит выбрать рамку. Это нужно, чтобы в списке участников беседы пользователь всегда выделялся на фоне остальных.

Почти сразу в ответ на профессиональные профили появился обратный тренд – насмеяться над теми, кто столь серьезно воспринимает общение в неформальном сервисе. Был создан даже отдельный сайт, генерирующий "профессиональные" описания профилей на случайной основе.

#### Самореклама

Маркетологи не остановились на профессиональном заполнении профилей и аватарок. Многие из них начали заходить в разные комнаты, чтобы прорекламировать себя или свои проекты: обычно они "поднимают руку" и вклиниваются в обсуждения, чтобы рассказать о себе.

Теперь во многих комнатах перед тем, как дать человеку слово, модераторы предупреждают, чтобы он не занимался саморекламой. В большинстве комнат к такой рекламе относятся с раздражением, но в комнатах самих маркетологов и предпринимателей это считается нормальным.

## Монетизация модерации

Количество участников комнаты в Clubhouse напрямую зависит от популярности спикеров. В сервисе пока нет общедоступной ленты или поиска по комнатам, поэтому узнать об обсуждениях можно только при подписке на конкретных людей, которые в них участвуют.

Из-за этого в русском Clubhouse быстро развилась уникальная модель монетизации – пользователей сервиса с большим количеством подписчиков зовут модерировать мероприятия с прицелом на то, что их аудитория получит пуш-уведомления и станет слушателями. В некоторых случаях популярные пользователи просто заходят в комнату послушать, но их специально делают спикерами, чтобы привлечь побольше людей – к примеру, так было с Олегом Тиньковым и Ильей Красильщиком.

Некоторые модераторы активно зарабатывают на своем участии в комнатах.

## Подкасты

Подкастеры одними из первых пришли в Clubhouse – площадка оказалась удобной для проведения подкастов в прямом эфире. Обычно это выглядит как запись выпуска – можно прийти и послушать любимых ведущих без монтажа.

Некоторые начали запускать пилотные эпизоды прямо в Clubhouse, чтобы проверить идею подкаста, но не тратить ресурсы на полноценную запись. Например, Сергей Епихин из Beardycast и автор телеграм-канала "Информация опасности" Алекс Пацай запустили совместный подкаст "Купертино" именно в Clubhouse.

Некоторые ведущие решили вернуть старые шоу в Clubhouse. Так, журналисты Александр Плющев, Павел Кушелев и Андрей Подшибякин возродили передачу Star'цы, которая долгое время шла на Games TV. Обычно подкастеры общаются без сторонней аудитории, но иногда зовут каких-нибудь гостей комнаты в качестве спикеров.

## Искренние интервью самых известных людей

Clubhouse начал набирать популярность, в том числе и в России, на фоне интервью Илона Маска. Предприниматель рассказал об успехах своего стартапа Neuralink и успел ввязаться в спор с основателем сервиса Robinhood Владом Теневым о движении WallstreetBets и инвестициях в GameStop.

В России самым неожиданным гостем Clubhouse стал Олег Тиньков – он появился в комнате от "Тинькофф банка". Предприниматель дал первое интервью за два года, в котором рассказал, что "ушел на пенсию" и не собирается открывать новый бизнес, о слагаемых успеха своей компании и создании банка – и посоветовал не заниматься построением личного бренда.

Этот тренд понемногу ослабевает. По мере наполнения сервиса массовой аудиторией знаменитости все реже отвечают на вопросы рядовых пользователей без какого-то медийного бэкграунда.

## Блокировки неугодных с помощью массовых жалоб

На данный момент это самая актуальная проблема в работе сервиса. При желании можно заблокировать абсолютно любого человека, если начать массово жаловаться на его профиль. Похоже, в Clubhouse не проводят разбирательства – возможно, система работает автоматически.

Именно таким образом Clubhouse заблокировал Владимира Соловьева. Другой "жертвой" стал Сергей Минаев, который резко высказывался в дискуссии о феминизме. Также сервис заблокировал участницу движения биониклов и фем-активистку Лизу Лазерсон.

Неясно, как можно обойти подобные блокировки. Вероятно, пока что единственный способ – избегать непопулярных или резких высказываний, которые могут вызвать желание пожаловаться.

Подготовил Карл ФИШЕР.