

Владимир Долгов, генеральный директор «Google Россия»:

«Судя по поисковым запросам, кризис уже закончился»

АНДРЕЙ ДОЛГИХ, «Новые Известия»



Интернет уже настолько прочно вошел в нашу жизнь, что без помощи Сети просто трудно обойтись. Выпускники школ ищут подсказки для ЕГЭ. Хозяйки интересуются, насколько опасны европейские овощи. Уставшие менеджеры сканируют Интернет в поисках самых дешевых туров.

Генеральный директор «Google Россия» Владимир ДОЛГОВ рассказал «НИ», что чаще всего ищут пользователи Сети, зачем «Мосфильм» бесплатно выкладывает свои фильмы на YouTube, а также какие новинки из будущего готовит сегодня Google.

– Начнем с газетно-новостной специфики. Как пристально пользователи Сети в целом следят за последними новостями? Года полтора назад большинство россиян интересовало экономический кризис и свиной грипп. Это были самые популярные

поисковые запросы в Google. Что ищут сейчас? «Огурцы-убийцы»?

– Вот огурцы как-то не очень волнуют, обошлось. Знаете, мир как-то успокоился. Ничего не вызывает волнения, сравнимого с кризисом и свиным гриппом. Кризис кончился. Экономика вернулась на нормальные рельсы развития. Окончание кризиса ознаменовалось тем, что начали возвращаться рекламодатели, которые в кризис прекратили продвигать свои продукты. Вернулись банки, которые в кризис, например, перестали рекламировать кредитные карты, кредиты и ипотеку. А потом все это вернулось, и стало ясно, что кризис, пожалуй, точно кончился.

– То есть если брать поисковые запросы людей, то кризисом уже никто не интересуется?

– Нет. Абсолютно никто.

– Что же чаще всего ищут россияне сейчас?

– Я поразились, посмотрев на днях нашу статистику по самым популярным запросам. С удивлением обнаружил, что огурцов там нет, а вот «Уимблдон» есть. Конкретно сейчас самый резкий рост показывает запрос «результаты ЕГЭ», что предсказуемо. А вообще, постоянные лидеры по запросам – соцсети, игры, погода.

– Еще о поиске: года полтора назад вы говорили о намерении запустить голосовой поиск, типа – «Гугл, как проехать к такому зеленому зданию?». Тогда это казалось почти фантастикой, которая реально осуществится минимум лет через десять...

– Мы успешно запустили голосовой поиск. Это особенно актуально для владельцев смартфонов и планшетников, поскольку на телефоне вводить слова в строку поиска неудобно – кнопки маленькие. Голосовой поиск устраняет это неудобство. Это отличная штука, которая реально хорошо работает, распознает голос и помогает уже большому числу пользователей. Я сам пользуюсь этой функцией: на телефонах есть мобильный навигатор, с ними та же проблема –

нужно набирать название улиц маленькими кнопками. Голосовой поиск устраняет эту помеху – произносишь адрес, а система рассчитывает маршрут и ведет вас по нему. Многократно проверял сам – доезжал куда надо нормально.

– Всего полтора года назад голосового поиска в России просто не было...

– Вот! Это мир, который очень быстро меняется. Много лет назад мы смотрели «Стар Трек» и смеялись, когда герои говорили с компьютером. Думали с усмешкой: конечно, еще бы, фантастика... Всё, сейчас это стало реальностью.

– Хорошо, голосовой поиск стал реальностью. Какую еще «фишку» из будущего предложите пользователям?

– Есть приложение для мобильных – Google Goggles («Google Очки»). Ты фотографируешь незнакомый объект, приложение анализирует фото с помощью поиска в Google и рассказывает тебе, что это за объект, здание, когда оно построено. Это нереальные вещи. Еще Google Goggles, например, может быстро перевести иностранную вывеску на родной язык – по фото вывески.

– Как вы оцениваете противостояние гугловской операционки Android для мобильных устройств и iOS от Apple для айфонов и айпэдов? Статистика за 2010 год показывает, что операционка Apple стояла на большем количестве аппаратов. Соотношение где-то 30% Apple к 25% у Android. Будете ли продолжать пытаться конкурировать с Apple или это бесполезно?

– Если говорить о преимуществах Android, то сейчас в мире порядка 400 моделей телефонов и планшетников на платформе Android. Месяц назад в мире каждый день активировались и начинали выходить в сеть 300 тысяч андроидных устройств. Сегодня – более 400 тысяч ежедневно. Цифры говорят, что Android популярен. Плюс к этому сегодня количество приложений для Android уже около 250 тысяч.

– То есть вы открыто, без опаски тягаетесь с Apple, флагманом современного рынка мобильных приборов?

– Я бы не сказал, что «тягаемся». Просто мир без выбора плох и скучен. Мы представили альтернативу на рынок в виде Android, и рынок благожелательно к этой альтернативе отнесся. Конкуренция в любой сфере только на пользу конечному потребителю.

– Серьезного успеха добился ваш интернет-браузер Chrome. Два года назад, спустя пару месяцев после его запуска, «Хромом» пользовались 2% российских пользователей Сети. Сейчас – почти в десять раз больше. Как удалось заинтересовать такое число людей, многие из которых по привычке пользуются устаревшими версиями «Эксплорера»?

– На самом деле аудитория российского Интернета готова к приему новых браузеров. К тому же Chrome реально очень быстр. Кроме того, Chrome – один из немногих браузеров, которые позволяют реализовать HTML-5, на который весь мир, в конце концов, перейдет. С HTML-5 можно делать уникальные вещи. Например, есть клип группы Arcade Fire – Suburbs – песня о детстве в пригородах больших городов. Идея простая – любой может ввести в специальную строку свой адрес, и тогда под тебя делают собственный клип. Этот клип будет включать в себя панорамы улиц твоего города, взятые из Google Street view. Получается уникальный ролик. Это все сделано на HTML-5.

– На какие еще новые продукты, разрабатываемые в Google, вы ставите «по-крупному»?

– Это, конечно, все, связанное с мобильными. Это Chrome как операционная система. Ноутбуки на Chrome. Преимущества просты: такой ноутбук сложно заразить каким-либо вирусом, потому что в нем ничего нет, вирусу жить негде. Понимаете, сейчас не нужно таскать с собой компьютер. Его «легкого» аналога достаточно – выходишь в Интернет, и Сеть предоставляет тебе все возможности. Ты получишь все свои приложения, всю информацию. Поэтому очень

рассчитываем на Chrome. Следующая крупная ставка – приложения службы Google. Это офис в Сети. Рабочая среда в Сети – почта, календарь, видеоконференции, текстовые редакторы, редактор таблиц, презентаций. Запускаешь все это из Сети и сразу работаешь.

– Похоже, вы опять делаете упор на удобство, функциональность, доступность и простоту продуктов. Но на днях председатель совета директоров Google Эрик Шмидт признал, что сервисы Google слабо «социально настроены», что компания «упустила личность», человека, которого забрали социальные сети... Что будет делать Google, чтобы повысить социальную направленность своих продуктов? Вот, знаю, сделали кнопочку «+1», которая позволяет делиться хорошими страницами и ссылками с друзьями. Что дальше?

– Разве личный рабочий кабинет в службах Google не является офисом, центром той паутины, где у пользователя есть все адреса, возможности для контактов с друзьями, коллегами, внешним миром?

– Может быть, но разве этим пользуется много людей?

– Службы Google использует действительно много людей, и не только пользователи почты GMail. Это еще и пользователи «Служб Google для доменов», когда вы на свой домен получаете все приложения. Этой штукой пользуется много организаций. Предприятия малого, среднего бизнеса, для которых этот сервис бесплатный. Пользуется крупный бизнес, который за это платит. Ежедневно активируется огромное количество подобных аккаунтов, это популярно. Этим пользуются и госорганизации по всему миру, и корпорации, и муниципалитеты. Половина американских университетов сидит на «Службах Google для доменов». Это позволяет университету раздавать почтовые адреса всем студентам. И 50 человек затем могут коллективно создавать проекты, редактировать документ, рассчитывать одну и ту же таблицу. Университеты получают это решение навсегда для своего домена, то есть могут поддерживать связи с выпускниками...

– Но все-таки это больше корпоративные решения, социализация внутри отдельных организаций. А вот что касается работы конкретного человека в Сети, поиска в Интернете, его личных контактов...

– Должен согласиться, что элементов социальности в Google меньше, чем в социальной сети. Но Google не социальная сеть, это поиск. Впрочем, та самая кнопка «+1» – это путь индивидуализации поиска, когда ты можешь видеть, что твои друзья уже отрейтинговали какой-то из результатов, посчитав его самым разумным для них. Понятно, что человек верит рекомендациям знакомых больше, чем толстым обзорам консалтинговых организаций. Это тот самый элемент персонализации поиска, который только начинает работать. Вообще, мир движется в направлении социальной адаптированности. Информации так много, что им нужна помощь друзей в сортировке этой самой информации.

– Расскажите, пожалуйста, как идет оцифровка мировых библиотек, которая началась несколько лет назад. Продолжается ли оцифровка газет, периодических изданий?

– Сейчас проект приостановлен. Однако все, что было оцифровано, и сейчас доступно в книгах Google: журналы «Огонек» за 30-е, 60-е годы и т.д. На сегодняшний день оцифровано порядка 60 млн. газетных страниц по всему миру. Если говорить о библиотеках, то здесь все достаточно хорошо. У нас сейчас около 30 тысяч партнеров по всему миру – это издательства и библиотеки. Было оцифровано более 12 млн. книг.

– В начале года был запущен уникальный музейный Арт-проект Google – в Сеть были выложены сотни картин в высочайшем разрешении из 17 ведущих музеев мира и панорамы музейных залов. Насколько высок интерес к этому проекту?

– За четыре месяца работы на сайт Арт-проекта Google зашли более 10 млн.

человек. Также там есть опция – составить личную коллекцию картин из разных музеев. Вот таких «частных коллекций», «личных музеев» создано уже более 90 тысяч. Нужно отметить, что в этом проекте отдельные холсты сняты с гигапиксельным разрешением – это дает возможность «приблизиться» к картине так, что можно изучать даже рельеф трещин на краске. Я не исключаю, что в скором будущем появятся диссертации искусствоведов, которые, не выходя из кабинета, напишут научный труд по работам, например, Гойи, рассматривая его картины в Арт-проекте Google.

– Проект будет расширяться?

– Да, уже участвующие в проекте музеи заинтересованы в оцифровке большего количества своих экспонатов. Кроме того, мы получаем отклики от других музеев, которые хотят присоединиться к проекту. Мы получаем запросы и от ведущих российских и мировых музеев, от региональных хранилищ. Заявок большое количество. Будем над этим работать.

– А какой вам резон этим заниматься? Гигапиксельная съемка стоит очень дорого, а денежной отдачи от проекта, похоже, никакой. Чистое меценатство...

– Проект с самого начала не предполагал монетизации. И это касается не только Арт-проекта Google. У нас много немонетизируемых проектов. В частности, просмотр оцифрованных книг бесплатен, если то или иное издательство само не вводит плату за просмотр.

– Расскажите о сотрудничестве YouTube с «Мосфильмом», который ежедневно бесплатно выкладывает свои фильмы на канале. Много людей смотрят фильмы в YouTube?

– «Мосфильм» в начале сотрудничества выложил 50 фильмов на YouTube и каждую неделю добавляет еще по пять лент. Всего сейчас на канале «Мосфильма» на YouTube около 100 бесплатных советских киношедевров. Это уникальный проект. Люди со всего мира благодарят нас в комментариях. Радует, что канал очень популярен. Примерно за месяц работы канала его посетили более миллиона человек, которые смотрели тот или иной фильм. Плюс 21 тысяча подписчиков получают новости от канала. Этот канал – № 3 по числу подписчиков в России. И это результаты за месяц! Это невероятный успех. Как для нас, так и для «Мосфильма».

– Если не ошибаюсь, свой канал на YouTube есть и у «Союзмультфильма», где выложены бесплатные мультфильмы?

– Да. И этот канал тоже сверхпопулярен. Там уже около 3 млн. просмотров того или иного советского мультлика. Правда, канал открылся чуть раньше.

– А другие киностудии, «Ленфильм» к примеру, звукозаписывающие фирмы не выходили на вас с предложениями о подобном сотрудничестве?

– Это постоянно идущий процесс. Нам интересно такое партнерство. У нас уже заключены партнерские договоры с Gala Records, «Матвиенко Центр», «Союз Records». Думаю, до 90% производителей музыки в России уже имеют соглашения с YouTube.

– Зачем «Мосфильму», другим киностудиям заключать соглашения с YouTube и бесплатно выкладывать фильмы? Какие преимущества получает правообладатель фильма, аудиозаписей? Это помогает бороться с пиратством?

– Да. Заключая партнерский договор с YouTube, правообладатель получает систему защиты профессионального контента – YouTube Content ID. Система маркирует фильмы или треки цифровой меткой, делается уникальный «слепок» фильма или записи. Дальше по этому «слепку» на сервисе YouTube находятся все копии оригинального фильма. «Пират» может срезать рамку, поставить субтитры, ухудшить качество. Но все равно система YouTube Content ID найдет

эту нелегальную копию. А дальше система скажет правообладателю: вот, найдена нелегальная копия. После этого киностудия или другой правообладатель может принять меры. Первая мера – сразу удалить пиратскую копию. А можно зарабатывать на них деньги – как это делает Disney. Компания через систему YouTube Content ID поставила на нелегальные копии фильмов рекламу, и деньги от этой рекламы идут не пирату, а Disney. То же самое со звуком. Правообладатель автоматически узнает, что его дорожка используется в том или ином видео, и может сразу заблокировать звук. Это решение правообладателя. Можно сказать, что это тоже технологический прорыв, искусственный интеллект. Для того же «Мосфильма» это был сильный побуждающий фактор, чтобы заключить партнерский договор.

– Как считаете, не затормозилось ли развитие соцсетей? За последнее время ведущие сети уже не предлагают пользователям уникальных «фишек» и растут только за счет увеличения числа пользователей.

– Появление соцсетей было революцией. В первое время они крайне успешно решили основную задачу – удовлетворить потребность людей в общении. Что будет дальше – сложно сказать. Там все время появляются новые сервисы, приложения. Они не столь революционны, как сама соцсеть, но сети развиваются. В первую очередь, конечно, за счет новых пользователей.

– В этом месяце в США должен начать работу стартап Backplane, который учреждают тот же глава СД Google Эрик Шмидт и поп-звезда Леди Гага. Backplane, по слухам, станет площадкой для объединения соцсетей. Ожидается, что пользователи Facebook, Twitter, MySpace смогут заходить на Backplane под своими никами в той или иной соцсети и общаться. Как считаете, реально ли создать такую объединяющую площадку?

– На самом деле информации об этом проекте у меня практически нет. Не уверен, что спрошу об этом Леди Гагу, но у Эрика, если увижу, выясню, что это он проинвестировал. Если серьезно, то создать такую платформу, в принципе, технологически реально. Есть несколько кросс-сетевых форматов. У многих пользователей есть идентификаторы, которые могут стать мостиками между разными социальными сетями. Это OpenID и другие... Кстати, Брэд Фитцпатрик, который создал «Живой журнал», сейчас занимается кросс-сетевыми форматами в Google. Фишка в том, чтобы, заходя на новую соцсеть, пользователь не заполнял по новой анкете, а чтобы система брала его данные из уже существующего профиля в другой сети. Думаю, это актуальная вещь. Сетей-то действительно много.

– Но в целом, если появится такая работающая объединяющая платформа, она может стать той самой революцией в развитии Интернета?

– Сложно сказать. Есть много проблем. В частности, защита личных данных. Это вообще проблема соцсетей. Порой о пользователе сети можно открыто узнать такую информацию, которую он не хотел бы предавать огласке. Но во многом эти утечки – проблема самих пользователей, их невнимательность.

– Переходный период переживают не только соцсети, но и рынок рекламы в Интернете. Как он пережил кризис? Как будет развиваться эта сфера в дальнейшем, какие революционные виды рекламы появятся?

– Эта отрасль даже в кризис не пострадала. Если традиционные рекламные носители – телевидение, газеты, журналы – теряли в кризис обороты рекламы, то интернет-реклама продолжала расти. Что касается будущего, то я бы отметил появление мобильной рекламы – не только в результатах текстового поиска, но и в мобильных приложениях на платформе Android. Это реально новый вид рекламы. Причем сфера быстро развивается. К примеру, Google не так давно купил компанию AdMob (за 750 млн. долларов. – «НИ»), которая как раз занимается мобильной рекламой – она всплывает в мобильных приложениях. Плюс мы активно развиваем видеорекламу на YouTube. Сегодня на YouTube по всему миру монетизируется порядка 3 млрд. страниц в день (так или иначе вставляется реклама). Также достаточно популярна дисплейная, баннерная реклама, размещаемая нами на партнерских сайтах. В прошлом году Google

заработал 2,5 млрд. долларов на баннерной рекламе на сайтах партнеров. 99% наших рекламодателей используют эту самую баннерную рекламу для своих рекламных кампаний.

– Как чувствует себя социальный проект «Google – безбарьерные города для инвалидов»? Пару лет назад проект начался с Москвы, когда люди сами наносили на карту Google организации, доступные для инвалидов. Есть развитие программы?

– Да. Сейчас пользователями нанесено около 2000 объектов в 85 городах страны. Люди продолжают наносить на наши карты доступные для инвалидов объекты. Проект развивается, и развивается хорошо.

– Вы недавно совместно с «Гринпис» запустили другой проект с использованием карт Google – чтобы люди отмечали на картах пункты приема различных видов мусора, отдельного приема вторсырья. Есть общественный интерес к этому начинанию?

– Проект появился буквально на днях. Сейчас главная задача – донести информацию до людей, что такая интерактивная карта существует. Далее они не только смогут отмечать места приема вторсырья, но и делать фото, рейтинги того или иного пункта приема мусора. Этот проект вписывается в то, что Google делает по всему миру, в отношении компании к проблемам экологии. Кстати, мы некоторое время назад перешли на использование бумаги из вторсырья в нашем офисе. Правда, принтеры не выдержали, начали ломаться... Сильно не полюбили эту бумагу.

– Как идет ваше партнерство с экспериментом «Марс-500»? Лично следите за этой программой? Много ли людей заходят на официальную страничку эксперимента, созданную при поддержке Google?

– Я недавно смотрел передачу про американскую лунную программу. Полет на Луну, когда Армстронг впервые прошелся по спутнику Земли, вызвал огромный ажиотаж в США и в мире. Но последующие полеты на Луну фактически стали обыденностью. Более того, за трансляцию третьей лунной экспедиции американское ТВ вообще предложило NASA заплатить... Поэтому понятно, что со временем интерес к любому проекту падает. Но сам я раз в две недели захожу на страничку эксперимента. Думаю, что в конце года встретим «марсонавтов», когда они «приземлятся». Благо ехать на космодром не надо. Эксперимент проходит в Москве. Окончание экспедиции мы обязательно отметим...