

„Nasza Klasa” – smutne pożegnanie z legendą

28 maja 2021

Do użytkowników serwisu „NK” („Nasza Klasa”) wysyłane są maile z informacją, że 27 lipca 2021 serwis zostanie na stałe zamknięty. Taką decyzję podjął jego obecny administrator – Ringier Axel Springer Polska sp. z o.o. (właściciel portali „Onet”, „Na temat”, dziennika „Fakt” i tygodnika „Newsweek”).



Jest to cios dla tych internautów, którzy nie korzystają z amerykańskich mediów społecznościowych, ale zależy im na utrzymywaniu prywatnych kontaktów z przyjaciółmi w sieci. Są to głównie najstarsi użytkownicy, dla których „Nasza Klasa” stała się podstawową platformą e-komunikacji z polskojęzycznymi znajomymi z całego świata.

Znienawidzone ulepszenia

„Nasza Klasa” jest wzorcowym przykładem szybkiego sukcesu i równie szybkiego zniszczenia świetnego pomysłu na interakcję w sieci. Cała jej idea bezpłatnej aktywności w celu odnowienia dawnych kontaktów została zniweczona przez zbyt nachalną i bezmyślną formę komercjalizacji serwisu.

„Naszą Klasę” pamiętamy chyba wszyscy – wystartowała w 2007 roku (FB był wtedy w powijakach) i błyskawicznie nabrała tempa. Łatwa i intuicyjna nawigacja pozwalała nawet osobom nie będącym „rekinami internetu” na bezproblemowe logowanie i odszukiwanie przyjaciół ze szkolnej ławy.

Kluczowym dla rosnącego powodzenia „Naszej Klasy” był czynnik emocjonalny: nawiązywane po dekadach rozłąki kontakty z przyjaciółmi z dzieciństwa rodziły ekscytację i wzbudzały

sentymenty. Od nowa nawiązywały się relacje i odradzały uczucia. Wspominki i publikacja archiwalnych zdjęć powodowała wręcz uzależnienie użytkowników od tego serwisu. I nagle wszystko runęło.

Jak w ogóle doszło do sprzedaży „Naszej Klasy” i jej komercjalizacji?

Warto wspomnieć, że w roku 2007 „Facebook” nie był tak popularny jak dziś. W Polsce funkcjonowały mini-serwisy społecznościowe, z dość ograniczonymi funkcjami społecznymi („Grono”, „Fotka” czy komunikator „Gadu-Gadu”). Jednak były one dedykowane młodzieży, co ma istotne znaczenie w popularyzowaniu serwisu „Nasza Klasa”. Dawał on alternatywę społecznej obecności w internecie osobom starszym, co było ewenementem na skalę kraju.

Jego pomysłodawcą był student Uniwersytetu Wrocławskiego, Maciej Popowicz. Podzielił się on swoim pomysłem z kolegami z uczelni, i w jego stworzenie zaangażował się inny student – Paweł Ochława. To oni stworzyli legendę polskiego serwisu społecznościowego, która w roku 2007 stała się najpopularniejszym miejscem spotkań Polaków z różnych stron świata.

Serwis wystartował w grudniu 2006 roku i zyskał około 1000 użytkowników. Dwa miesiące później było ich aż 100,000. Tak ogromny zasięg organiczny (popularność bez reklam) był fenomenem polskiego internetu.

Przyrost ilości kont powodował, co pewnie pamiętamy, ciągłe awarie. Występowały one notorycznie, ponieważ twórcy „Naszej Klasy” nie spodziewali się aż tak wzmożonego ruchu na serwerach. Na szczęście zmodyfikowane w roku 2008 funkcje poprawiły jakość użytkową serwisu, a Polacy w wieku średnim

wpadli w szal poszukiwania dawnych znajomych. W Warszawie w 2008 roku trudno było zarezerwować na weekend stół w restauracji – w piątki i soboty knajpy, bary i puby wypełniał gwar „naszoklasowiczów”, którzy masowo organizowali tam spotkania klasowe po latach.

Czemu „nasza” stała się obca?

W 2009 r. „Facebook” tak się spopularyzował, że nawet seniorzy, którzy uczyli się obsługi internetu na „Naszej Klasie” byli w stanie samodzielnie zalogować się w amerykańskim medium społecznościowym. Oferował on podobne funkcje jak „Nasza Klasa”, ale rozszerzał możliwość kontaktów społecznych o opcje międzynarodowe i biznesowe.

Umożliwiało to Polonii nawiązywanie kontaktów z osobami różnych narodowości z uwagi na udogodnienie tłumaczenia postów i komentarzy na wybrany język. Natomiast potencjał biznesowy Facebooka był i jest oczywisty, ponieważ umożliwia reklamę produktów i usług w viralowym tempie i przy minimalnych kosztach własnych.

Takich funkcji „Nasza Klasa” nie posiadała, ponieważ z założenia bazowała na lokalnych sentymentach. Te zaczęły z czasem blaknąć, bo kto chciał odnowić kontakty z dawnymi przyjaciółmi – już to zrobił, i najczęściej przenosił je do świata realnego.

Żeby móc utrzymać się w sieci, polski serwis społecznościowy zmodernizował swoje funkcje, także komercjalizując kilka z nich. Dołożono „śledzika” – znienawidzoną przez użytkowników opcję publikacji komentarzy, które użytkownicy widzieli na swoich tablicach, i które zasłaniały większość ekranu – choć często nie mieli ochoty ich czytać.

Pojawiły się także usługi płatne – tak zwane Eurogąbki, za które mogliśmy kupować wirtualne kwiatki, serduszka, torty urodzinowe i denerwujące łańcuszki. Narodził się okropny Pan

Gąbka, który wysyłał na prywatne wiadomości spam w postaci reklam dodatkowych funkcji serwisu. Co gorsza – tych „udogodnień” nie można było wyłączyć.

Natomiast uduziwnione i skomplikowane dla starszych osób funkcje przyciągnęły do serwisu osoby młode. Był to wręcz najazd gimnazjalistów na „Naszą Klasę”, więc pod ten target dodawano kolejne uduziwnienia. Oliwy do ognia dołał komunikat zarządu serwisu o planie wprowadzenia płatności za korzystanie z serwisu. Tych „przeszkadzaczy” było w pewnym momencie tak dużo, że użytkownicy mieli dość – i po prostu przenieśli się na „Facebooka”.

W 2010 r. „Nasza Klasa” zmieniła nazwę na „NK”, co już nikomu nie kojarzyło się ani z przeszłością, ani z sentymentem. Do tego pojawił się nowy regulamin mówiący, że wszystkie zdjęcia zamieszczone w serwisie stanowią własność zarządu „Naszej Klasy”. Dziś tak działa „Facebook”, ale wtedy użytkownicy przeżyli szok, gdyż nowe zarządzenia naruszały ich prawa do prywatności (co jest o tyle zrozumiałe, że użytkownicy często publikowali tam swoje zdjęcia z dzieciństwa, nierzadko grupowe). Przyzwyczaili się więc do rodzinnej atmosfery i dyskrecji. Tymczasem ich publikacje w serwisie miały stać się własnością obcych osób. Wtedy przelała się fala goryczy i rozpoczął masowy exodus.

Z rąk do rąk

Twórcy „Naszej Klasy”, stojąc przez wizją upadku, sprzedali serwis niemieckiemu funduszowi inwestycyjnemu. Ten zaś odsprzedał go firmie z Estonii. Ostatecznie „NK” trafiła w ręce grupy Onet.pl, której właścicielem jest duży, niemiecki koncern medialny. Obecnie „NK” to serwis dla miłośników gier komputerowych, więc niemiecki inwestor także znalazł niszę dla swojej inwestycji.

Oczywiście podstawowa funkcja serwisu – interakcja z przyjaciółmi z dawnych lat nadal działa i cieszy się

popularnością głównie wśród najstarszych internautów, którzy przyzwyczaili się do niej, a „Facebook” wydaje im się zbyt dynamiczny i hałaśliwy. Jednak, jak pokazuje liczba aktywnych kont, są to 2 miliony użytkowników z 12 milionów w czasach największej popularności serwisu. I właśnie dowiedzieliśmy się, że nadszedł czas pożegnania. Bowiem 27 lipca ich szkolne życie internetowe zniknie z sieci na zawsze.

Autorstwo: Agnieszka Ważyńska

Źródło: [Goniec.net](http://goniec.net)