

## **Александр Панов, управляющий партнер группы компании «Октава»: «Путь в интернете - это путешествие звездолета «Энтерпрайз» туда, где ещё не ступала нога человека»**

- **С чего вообще началось твоё сотрудничество с интернет-компаниями и вообще, как ты появился в интернете? Или интернет первым появился в тебе?**
- Получилось это очень интересно, ещё когда я в школе учился. Перед тем, как поступить на физический факультет Московского университета, я пошел в вечернюю физическую школу при нём. И там был такой машинный зал, куда иногда пускали школьников знакомиться с тем, что такое компьютерная техника. В этом зале стоял ЕС-1011, значит, с кучей разных терминалов, которые были цветные. Увидеть в конце 80-х школьнику настоящий цветной компьютер с такой с неплохой графикой, 640 на 480 - представь себе, что это такое было! Естественно, захотелось туда походить побольше, пообщаться с этой графикой. Ну а что может школьник? Первое, что я сделал, я написал программу, которая подменяла логин с паролем, подменяла картинку и отлавливала, так сказать, всех, кто приходил. Поэтому у меня очень быстро появился постоянный доступ к этой машинке. И за это меня в первый раз попытались отчислить с физического факультета МГУ, хотя его студентом я тогда ещё не являлся.

Потом я поступил на физфак, и на меня обратил внимание Александр Николаевич Сандалов. Это профессор кафедры радиофизики, но именно под его руководством на физфаке и вырос Центр современных информационных технологий физического факультета. Это первое место на факультете, куда проникло то, что называется интернетом. Меня даже в своё время «отмазывали» от лекций, потому что вот этими руками мы затаскивали вместе с Александром Евгеньевичем Щербаковым на крышу физфака ту самую 12-метровую спутниковую антенну, которая принимала со спутника 256 килобит.

И после того, как я окончил факультет, судьба моя была предрешена, я понял, что интернет-технологии - это наше всё. Первая компания, в которую я попал, это компания «Гарант-парк». Она была образована, в том числе, выпускниками физического факультета, в том числе совладельцами юридической компании «Гарант», и от неё потом отделилась компания «Гарант-Парк-Телеком».

Но ещё, наверное, одним из ключевых таких моментов стало знакомство с Олегом Иосифовичем Фаербергом. Это был руководитель компании «Комет». Он мне очень много рассказывал про то, что такое связь. Наверное, как раз Олега Иосифовича я и считаю своим наставником в интернете.

Ну а дальше закрутилась жизнь. Отдел телекоммуникаций компании «Гарант-парк» превратился в компанию «Гарант-Парк-Телеком». Через какое-то время Саша Щербаков, который был на тот момент её директором, вместе с частью людей перешел к Алексею Павловичу Платонову. В принципе, это одна из первых команд Технического центра Интернет в плане именно технического отдела. А я тогда возглавил «Гарант-Парк-Телеком». Мы какое-то время развивались и в итоге были куплены холдингом РБК. И я возглавил всё хостинговое направление холдинга РБК, а через несколько лет после этого мы вступили в сделку по дружественному присоединению регистратора RU-CENTER, и я стал его генеральным директором. Получилась единая группа компаний, которая отвечала нашей цели - создать монстра на рынке.

Создание Координационного центра из Координационной группы стало пониманием того, что домен .RU — это национальный домен, и он должен управляться не так, как личный автомобиль. И к выработке правил игры я приложил в свое время руку. Наверное, можно сказать, что процентов 80 российского хостинга выросло на моих глазах.

- **На тот момент, когда существовала компания «Гарант-Парк-Телеком», которая ещё не превратилась в регистратора доменов R01, что для тебя тогда был домен .RU и Координационная группа?**
- Поначалу домен .SU и домен .RU выглядели как нечто непонятное, за которое надо было заплатить 55 долларов - и заработать на этом нельзя. Поэтому когда приходил заказчик и просил зарегистрировать доменное имя», то, с одной стороны, ты ему отказать не можешь, с другой стороны, бумажки перекладываешь, какие-то налоги платишь, в итоге в убыток себе работаешь. Но так как этих доменных имен было тогда немного, то они не воспринимались ни как средства адресации, ни как бренды. Сайтов тоже было мало. Культуры посещения этих сайтов как интернет-представительств тоже не было.

Самое первое, чем люди начали пользоваться в интернете, — это, конечно же, сервис электронной почты. Ну а молодёжь тогда, это понятно, это всякие News-сервера, FIDO и прочее.

А когда появилась именно Координационная группа, уже количество зарегистрированных доменов .RU перешагнуло некий небольшой психологический рубеж, когда стало понятно, что эта технология будет жить и использоваться и станет массовой. Тогда ещё было непонятно для физических или для юридических лиц. Многие интернет-эксперты того времени искренне считали, что доменные имена — это прерогатива исключительно юридических лиц, компаний. И цель любого доменного имени - чтобы компания имела свое интернет-представительство.

Следующим важным психологически моментом стала регистрация в домене .RU порядка ста тысяч доменных имен. Мы тогда стали вторым регистратором, причем ровно потому, что у всех больших компаний – у «Совинтела», у «Релкома», например – было зарегистрировано 5-10 доменов, и все собственные. А у нас на тот момент уже было запущено два сервера виртуального хостинга. Поэтому мы могли себя считать профессиональным регистратором – у нас же были к этому моменту клиенты, которые регистрировали домен и прямо у нас разместили. Да, немножечко на коленке все делали, там автоматики было минимум, но тем не менее, мы уже хостили клиентские сайты.

- **Вот как раз ты сейчас говоришь о компании R01. О становлении компании R01, называя её вторым регистратором, но, по сути, на самом-то деле, это первый регистратор.**
- Первый независимый регистратор.
- **Первый независимый регистратор. Потому что, когда стартовала опытная зона распределенной системы регистрации доменов, был РосНИИРОС как предыдущий единственный и администратор зоны, он же регистратор. И первая компания, которая была аккредитована в качестве независимого регистратора, это была компания R01.**
- R01 — это бренд компании «Гарант-Парк-Телеком».
- **А что послужило ровно для вас мотивацией быть первыми и участвовать в этой экспериментальной вещи буквально с первых дней?**
- Генеральный директор «Гарант-Парк-Телеком» Саша Щербаков был членом Координационной группы, и именно «Гарант-Парк-Телеком» стоял очень близко к этой Координационной группе. И когда рассматривал стратегию развития компании, то одним из направлений стал виртуальный хостинг, и было понятно, что нужен сервис электронной почты и доменные имена, Кроме того, мы уже регистрировали примерно 2670 доменов для наших клиентов, но с этого ничего не имели. Поэтому для нас было важно существующие домены положить в собственную базу, а еще и зацепиться за волну того, что национальный домен так или иначе набирает обороты.

- **Как ты оцениваешь появление института независимых регистраторов? Правильный ли был выбран путь?**

- Путь верный, местами была не совсем правильная реализация. Но не совершает ошибок только тот, кто ничего не делает. Если бы это всё осталось в одних руках, то конечный пользователь был бы вынужден заключать два договора, и по фактически одним и тем же вопросам общаться с двумя компаниями. Поэтому сама по себе эта вот система - хорошая практика.

Возьмем те же самые gTLD-домены. Там такая же самая система: есть регистратура, которая вырабатывает правила, есть регистраторы, которые взаимодействуют пользователями, есть техническая компания, которая поддерживает функционирование реестра, и так как она больше ничем не занимается, то она вполне себе умеет делать это хорошо.

В некоторых странах есть практика, когда доменные имена все регистрируются централизованно в одной компании, но общее количество доменов в этих странах просто по разным причинам не перешагнуло некоторой критической отметки. Вполне возможно, что если перешагнет, или когда перешагнет, то произойдет абсолютно то же самое, что интернет-сообщество и условия распространения интернета в этой стране вынудят сделать тоже самое.

- **Ты был членом правления и потом Совета Координационного центра, принимал участие в разных проектах КЦ, развивал те или иные направления. Скажи, что тебе вот больше всего запомнилось в те годы, когда ты был, фактически, одним из застрельщиков происходящих процессов в системе регистрации наших доменов?**

- Наверное, я отвечу нестандартно. Это живые человеческие эмоции от общения с коллегами. Это вот тогда на маленьком примере уже стало понятно, что все мы разные, и у каждого участника есть свое мнение. Ну и в какой-то степени можно так сказать - это путешествие звездолета «Энтерпрайз» туда, где ещё не ступала нога человека. То есть, фактически, там 40 лет назад не было сети интернет, но потом она появилась. Потому что можно изменить правила, если правила есть, но если их нет, то создать их - вот это существенно более интересная задача.

Ну и расскажу интересную историю. Шло очень интересное заседание совета Координационного центра. Так как было огромное количество эмоций, то меня, как члена правления Координационного центра на тот момент, позвали на заседание Координационного центра в качестве независимого эксперта без права голоса, который будет подслушивать и подсматривать за всем, что происходит.

История простая. Мария Степанова добровольно сложила с себя полномочия, сказав, что, ну ребят, я устала, я вот выдохлась на этом месте. И на директорство Координационного центра претендовали два человека: Стас Рачинский и Андрей Романов. И дискуссия, которая дошла чуть ли не до драки на этом заседании совета КЦ, сводилась к тому, что вот Станислав, юрист, администратор, он знает, как с юридической точки зрения разработать правила и прочее, к тому же он более опытный. А вот Андрей Романов - он наш, технарь, и он знает, что такое MX-записи и как их прописывать. А у руля Координационного центра должен всё-таки стоять технарь. Потому что как это, что первично? Курица или яйцо? Техника или правила? Правила или техника? В процессе заседания все по очереди звонили двум отсутствующим на этом заседании членам совета, говоря «Ты за кого? За юристов или за технарей?» В результате прений победили технари. Наверное, это было правильно, потому что на тот момент помимо административных вопросов был еще ряд технических вопросов, которые были до конца не решены. Правила более или менее уже были выстроены, а вот определённые технические вопросы ещё, действительно, не были решены.

- **Глядя из сегодняшнего дня, домен .RF состоялся ли? Как по-твоему?**
- На 95% - да, состоялся.
- **Что он для тебя сейчас? Вот как Саша Панов, как пользователь, эмоционально или с точки зрения просто вот практического применения, полезен ли он тебе?**
- Лично мне - нет. Сайт моей компании сейчас в одной из gTLD-зон. Для того, чтобы домен .RF полноценно работал, в течение многих лет пытаются сделать определённые, в том числе технические действия. Но ряд этих технических действий до конца ещё немного не доработан. И проблема здесь упирается в то, что одной из идей появления домена .RF была простота его использования для обывателя. А в некоторых случаях его использовать сложнее, чем домен на латинице. Включая даже определённые простые совершенно вещи. Ты пробовал заказать себе авиабилет на сайте Аэрофлота, указав почту в домене .RF? Это возможно?
- **Это вопрос универсального принятия, один из главных приоритетов у КЦ сейчас как раз. И уже есть сервисы, которые могут поддерживать так называемый EAI в электронных адресах.**
- Работает домен .RF? Работает. Почту в нём можно сделать? Можно. Но на сайте «Аэрофлота» билет можно купить с помощью этой почты? Нельзя. Значит, домен .RF полноценно не работает. Проблема в том, что здесь массовое использование. Шаг вправо, шаг влево - может что-то упасть, у кого-то может быть бизнес завязан на домены и так далее. Поэтому времени на полноценный запуск уходит больше, чем планировалось.
- **Понятно. То есть, по-твоему, просто не прошло достаточного времени для того, чтобы технология доросла?**
- Для того, чтобы все сервисы полноценно запустились. Вот другое дело, что возможна и другая ситуация. Что к тому времени, как эти сервисы полноценно запустятся, доменные имена никому нужны не будут.
- **Каких изменений ты в ближайшее время ожидаешь в принципе на доменном рынке?**
- Ну, наверное, вот прямо совсем ближайшее время цены на многие доменные имена опустятся. Часть доменов верхнего уровня просто умрёт. Потому что, скажем так, запуск неудачен. Какие-то по бизнес-соображениям, какие-то в результате просто потери интереса владельца. Здесь очень много зависит от отношения того же ICANN к доменам new gTLD корпоративного типа и второй серии. В каком виде, что, как. Потому что разговоров здесь очень много, но, тем не менее, какого-то внятного решения пока нет. С одной стороны, понятно, что ICANN хочется долларов, и они надеются, что будет довольно большое количество людей, способных заплатить за регистрацию домена верхнего уровня 50 000 долларов и еще 20 000 долларов в год за поддержку. Это сработало в первый раз. Но сейчас, если будет полноценная вторая волна доменов верхнего уровня, то появится определенное количество имиджевых доменных имен, которые будут регистрироваться патриотами своего региона или сообществами. Но корпорации на это вряд ли пойдут. Потому что: а) и так всё работает, б) в общем-то, наверное, доменным именам как таковым осталось существовать, по моим прогнозам, лет 15-20.
- **Представь себе, что мы здесь с тобой собрались на видеointerview в 2031 году, в год 30-летия Координационного центра. Какая сеть нас будет окружать? Будет ли вообще слово «интернет» применимо? Может быть, какие-то новые сервисы появятся? Давай попробуем побыть футуристами, а потом сравним.**
- Я тебе приведу такой пример. Вот я прихожу к себе домой, а компьютером я пользуюсь довольно мало, потому что я ленивый. Я плюхаюсь на диван и говорю примерно так:

«Алиса, включи свет. Алиса, включи телевизор, второй канал на музыкальном центре, громкость 64». Слышу, запускаю. После этого говорю: «Алиса, поставь чайник». В ответ слышу, как он зашумел. Всё нормально как бы. И, наверное, в будущем как таковые доменные имена, как некое средство адресации, будут использоваться, но они не будут уже применяться настолько широко.

У меня в свое время были мысли сделать просто свой собственный сайт. Потом я начал думать, а зачем он мне? Ну там повесить своё резюме - а с какой целью? Если цель найти работу, то резюме можно разместить на «Хедхантере». Если цель выступать на платной основе в качестве эксперта в той или иной области, то это уже не мой сайт. Это уже сайт бизнеса, связанного с персоной. Если сделать сайт, посвящённый своему увлечению, то тоже - там какая цель? Если стоит цель это кому-то продать, то для фото у нас есть Instagram. Для блогов у нас есть LiveJournal и ещё специализированные ресурсы, у которых аудитория бешеная, и вероятность того, что большее количество пользователей зайдёт на страницу моего блога в LiveJournal, выше, чем зайдёт на просто личный сайт.

Например, «Яндекс.Браузер» всячески пытается выпихнуть Chrome с твоего телефона. Это обычная рыночная конкуренция, но сам по себе «Яндекс.Браузер» как устроен? У него же нет уже в приложении как таковой адресной строки. Она там где-то есть, но надо уже специально искать, чтобы до неё достать. Фактически строка соответствует строке поиска. То же самое и у Google Chrome, она у него есть, но тоже вот всё меньше-меньше-меньше. Прямо вот видно эту тенденцию. То есть первое, что у нас происходит - это подмена имени сайта поисковым запросом. А поисковому запросу абсолютно всё равно, хоть там IP-адрес IPv6 будет стоять. Такой весь из себя длинный с двоеточиями и так далее. Ему не нужно для этого доменное имя. Поэтому, наверное, темпы роста в этом плане снизятся. Но останется почта - как, наверное, самый мощный сервис, как почтовый адрес. Она будет последним, что сдастся – произойдет замена почты некими профилями из тех или иных там контакт-листов. Интересно, что когда ты мне звонил, я потом посмотрел, откуда при звонке была вытащена твоя фотография. А вытащена она была из одного из твоих профилей в соцсети. Все это превращается в некую такую полянку Big Data с теми или иными ограничениями на персональные данные. Мне не надо знать, например, адрес твоей электронной почты, чтобы тебе написать. Я его не помню, он у меня где-то там, в контакт-листе.

Именно поэтому как таковые доменные имена через какое-то время станут почётным пережитком прошлого. То есть они будут работать только для тех, кто желает.

- **Что бы ты хотел пожелать Координационному центру в год его 20-летия?**
- 20 лет — это, действительно, уже, наверное, тот срок, в течение которого многие из переходных процессов в том или ином виде завершились. Первое, чего хотелось бы пожелать — это развития, творческих успехов, не останавливаться на достигнутом. Но, наверное, важнее пожелать, чтобы кардинальных перемен в деятельности Координационного центра и Технического центра было меньше. Я не говорю про эволюционные, я говорю про кардинальные перемены. Потом Координационный центр - это организация, которая по своей бизнес-идеологии и структуре сделана таким образом, чтобы координировать массовый процесс, и это могут быть не только домены. И хочется пожелать развития в этом направлении. А ещё больше хочется пожелать, чтобы этому развитию не препятствовали. Потому что интернет проектировался как средство связи без границ. Но сегодня в нём огромное количество политики, огромное количество тех или иных ограничений, споров, и многие из этих споров, к сожалению, неконструктивны. Проще что-то ограничить, чем придумать, как решить проблему. Интернет - это просто среда, в которой должны исполняться законы. Потому что любые ограничения в конечном итоге тормозят развитие.