

- сийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 11–13 мая 2017 г. Ч. I. – Воронеж: ВГУ, 2017. – С. 124–126.
6. Забровский, А. Потоковое вещание (Live streaming). Общая информация / А. Забровский // ИТ и Мультимедиа: Все только новое, полезное. перспективное // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://itmymedia.ru/potokovoe-veshhanie-live-streaming-obshchaya-informaciya>. – Дата доступа: 15.12.2017.
  7. Маклюэн, Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека/ Г. М. Маклюэн // – М.: Жуковский: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 454 с.
  8. Рахманова, П. Ю. Терминологические проблемы научно-технического перевода / П. Ю. Рахманова // Язык: категории, функции, речевое действие : материалы девятой научной конф. – М.: МПГУ, 2016. – С. 215–218.
  9. Решина, А. Как использовать стриминговые сервисы в маркетинге / А. Решина // RUVOD: Все о рынке цифрового видео // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruvod.com/ispolzovanie-stremingovyh-servisov-v-marketinge>. – Дата доступа: 15.12.2017.
  10. Саппак, В., Шитова, В. Семь лет в театре. Телевидение и мы. – М.: Искусство, 1968. – 280 с.
  11. Словарь терминов Интернет // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://animatika.ru/info/gloss/streaming-video.html>. – Дата доступа: 15.12.2017.
  12. Титов, А. Видеостриминг как феномен: может ли на этом заработать бизнес? / А. Титов // Rusbase: независимое издание о технологиях и бизнесе // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/videostrimng-money>. – Дата доступа: 15.12.2017.
  13. Уразова, С. Л. Реальное телевидение как имитация культуры повседневности / С. Л. Уразова // Экранная культура в XXI веке: сборник научных трудов. – М.: Академия медиаиндустрии, 2010. – С. 146–222.
  14. Янкельсон, И. С. Англо-русский словарь по телевидению / И. С. Янкельсон, В. А. Хлебородов, Л. П. Герамн-Прозорова // – М.: Русский язык, 1985. – 320 с.
  15. 40 мнений о телевидении (Зарубежные деятели культуры о телевидении). – М.: Искусство, 1978. – 256 с.
  16. Live striming [Electronic resource]. – Mode of access:[https://en.wikipedia.org/wiki/Live\\_streaming](https://en.wikipedia.org/wiki/Live_streaming). – Date of access : 15.12.2017.

**Ольга Касперович-Рынкевич**  
*Белорусский государственный университет*

## ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ МАССМЕДИА В МЕССЕНДЖЕРАХ

Программы для мгновенного обмена сообщениями занимают устойчивые позиции на мировом медицинском рынке. Лидирующие позиции по числу скачиваний мобильных приложений мессенджеров в 2017 году занимали Facebook Messenger, WhatsApp, Viber и Line [7]. «История онлайн-



мессенджеров началась в середине девяностых. В 1996 году израильские школьники основали компанию Mirabilis – разработчика интернет-пейджера ICQ. В 2004 году появилось приложение Jimm, позволяющее переписываться в ICQ с мобильных телефонов» [4].

В Беларуси по данным на начало июля 2017 года было зафиксировано практически 5,5 миллиона пользователей программы Viber, при этом 59 % пользователей с белорусскими номерами – жители Минска. Приобрела популярность у белорусских пользователей функция отправки коротких видеосообщений, с начала года было отправлено почти 3 млн таких сообщений [8].

«В рунете тренд задали «РБК» и «Эхо Москвы», и уже к началу 2016 года канал в Telegram стал для СМИ столь же привычным форматом как профиль в Facebook или Twitter» [3, с. 198]. В байнете первый публичный чат в Viber появился у портала ТUT.BY. Сейчас представительства в мессенджерах имеют такие СМИ, как Onliner.by, Citydog, «Комсомольская правда в Белоруссии», «Про бизнес», «Белновости».

Редакции, использующие публичные чаты в Viber, считают, что аудитория в этом мессенджере более молодая и гибкая, в отличие от Facebook. Паблик-чаты – довольно новый инструмент продвижения, интересный и простой в использовании, и людям это нравится. Основная заслуга сервисов для мгновенного обмена сообщениями в отношении СМИ заключается в возможности «повысить охват, а при эффективной работе – привести к увеличению интерент-трафика на материнский сайт» [6, с. 232].

Достоинством канала в мессенджере является структурирование информации. Если обновления от групп в социальных сетях легко затерять в общей ленте (особенно если она не хронологичная, а алгоритмичная), то мессенджере обновления копятся по отдельности в каждом канале. Читатель подписывается на канал СМИ сознательно, с целью потреблять информацию.

Каналы в мессенджерах напоминают группы в социальных сетях, но отличаются от последних направленностью коммуникации: если в социальных сетях это полилог, то в мессенджере – монолог. В публичных чатах и каналах возможность писать сообщения имеют только авторы чата. С одной стороны, это существенный плюс, так как нет нагромождения лишней информации, с другой – читатель остается «немым наблюдателем».

Коммуникация в мессенджере максимально приближена к живому разговору, но все же относится к интернет-коммуникации. «Интернет-коммуникация – это специфическая форма общения, представляющая собой диалоговое взаимодействие людей в сети интернет, осуществляемое путём обмена в режиме реального времени знаковыми (текст, графические симво-

лы) и мультимедийными (видеоролики, фотографии, картинки, анимация, музыка) сообщениями с помощью технического устройства, имеющего возможность подключения и работы во всемирной сети, при условии наличия определенного программного обеспечения: браузеры, мобильные приложения» [1, с. 208; 5, с. 258].

Сближение с устной речью проявляется в использовании разговорного стиля, специфической лексики, стикеров [2]. За первое полугодие 2017 года белорусы отправили на 33 % больше текстовых сообщений и на 19,5 % больше стикеров, чем за аналогичный период 2016 года [8]. Успех стикеров связан с тем, что «они делают общение легче, быстрее и эмоциональнее <...> благодаря стикерам, проще общаться носителям разных языков» [4].

Таким образом, мессенджеры являются быстрым, эффективным и популярным средством для общения с целевой аудиторией. Коммуникация в публичных чатах и каналах напоминает дружественные и доверительные отношения, максимально приближена к живому разговору.

#### *Литература*

1. Голошубина, О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации / О. К. Голошубина // Вестник ОмГУ. – 2015. – №1 (75). – С. 208–212.
2. Касперович-Рынкевич, О. Стратегии белорусских медиа в мессенджерах / О. Касперович-Рынкевич // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : магістраўскія 18-й Міжнар. наўук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10–11 ліст. 2016 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск: БДУ, 2016. – С. 362–366.
3. Коноплев, Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Э. Коноплев // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – №3 (25). – С.198–200.
4. Мобильные мессенджеры: эволюция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://softsettings.com>. – Дата доступа: 10.12.2017.
5. Солодовник, Л. В. Виртуальные коммуникации как феномен межличностного общения в современном мире / Л. В. Солодовник, М. Ю. Басай // Гуманитарий Юга России. – 2016. – №2. – С. 257–263.
6. Степанов, В. Возрождение интернет-мессенджеров: чем они могут быть полезны журналистам? / В. Степанов // Журналістыка ў супаддзі з жыццем: да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных науку, прафесара Барыса Васільевіча Страньцова : зб. науک. прац / пад агул. рэд. В. П. Вараб'ёва : Беларус. дзярж. ун-т. – Мінск , 2016. – С. 230–235.
7. 4 популярнейших мессенджера в мире: рейтинг 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://pcnews.ru/news/4\\_popularnejshih\\_messendzera\\_v\\_mire\\_rejting\\_2017\\_goda-782820.html](http://pcnews.ru/news/4_popularnejshih_messendzera_v_mire_rejting_2017_goda-782820.html). – Дата доступа: 14.12.2017.
8. Viber рассказал о предпочтениях белорусских пользователей мессенджера // TUT.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://42.tut.by/549924>. – Дата доступа: 14.12.2017.

