

Литература

1. Вредные советы начинающим игровым журналистам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://games.mail.ru/pc/articles/feat/vrednye_sovety_nachinajuschim_igrovym_zhurnalizam. – Дата доступа: 13.12.2017.
2. Дневник игрового журналиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gamer.ru/everything/dnevnik-igrovogo-zhurnalista>. – Дата доступа: 13.12.2017.
3. Морозова, А. А. Медиабезопасность в Сети: мифологизация реальности как способ манипуляции общественным сознанием (на примере «конца света» 21.12.2012) / А. А. Морозова // Челябинский гуманитарий. – № 3 (24). – Челябинск, 2013. – С. 55–66.
4. Морозова, А. А. Ноосферный вектор в медиaprостранстве «Интернет-цивилизации» / Горизонты цивилизации: материалы Четвертых аркаимских чтений (Аркаим, 21-24 мая 2013 г.) / под ред. докт. филол. наук, проф. М. В. Загидуллиной. – Челябинск : Энциклопедия, 2013. – С. 153–162.
5. Сальников, П. 3 веских причины стать игровым журналистом. Или нет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://disgustingmen.com/spokoyno-ya-sam/what-i-learned-games-journalism>. – Дата доступа: 13.12.2017.
6. Советы для начинающих: игровая журналистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gamer-info.com/blog/soveti-dlya-nachinaushih-igrovaya-jurnalistika_3105. – Дата доступа: 13.12.2017.
7. Гармаева, В.И. Компьютерные игры и игровая журналистика / Вестник ЧелГУ. Серия: Филология. Искусствоведение, 2015. – Вып. 94. С. 343–350.
8. Топоркова, Я. С. Дизайн игровых изданий: российский и зарубежный опыт: магистерская диссертация / Я. С. Топоркова. – СПб, 2016. – 128 с.

Владимир Степанов

Белорусский государственный университет

МЕССЕНДЖЕР TELEGRAM В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ

Интернет-мессенджер Telegram задумывался в качестве максимально защищенного от взлома инструмента межличностного общения. Однако сегодня он превратился также в востребованный канал массовой коммуникации, медийную среду. Общественно-политические каналы Telegram играют все более важную роль в формировании новостной повестки, а их публикации вызывают общественный резонанс: в сентябре 2017 г. мессенджер занял третье место по упоминанию в русскоязычном сегменте социальных медиа, уступая только Viber и WhatsApp [1]. Стоимость рекламной публикации в ленте топовых Telegram-проектов достигает 500–2,5 тыс. долларов.

Рост популярности Telegram можно объяснить рядом причин. В первую очередь это имидж «недоступного для прослушивания» приложения, спрос на которое резко возрос после разоблачений Э. Сноудена. Архитектура Telegram и алгоритмы шифрования гарантируют конфиденциальность переписки и анонимность авторов. Другим значимым фактором является посте-

пennyй дрейф Telegram в сторону медийной площадки. В 2015 году была создана инфраструктура, необходимая для ее развития: в мессенджере появились каналы (аналог микроблогов) и «супергруппы», позволяющие охватить до 20 тыс. участников. Новые возможности для производителей и дистрибуторов контента открыли боты – интерактивные программы, предоставляющие информацию по запросам пользователей.

Определить количество пользователей Telegram в Беларуси достаточно трудно из-за отсутствия официальной статистики. Можно утверждать, что приложение популярно: в декабре 2017 г. оно занимало третье место среди самых скачиваемых программ в белорусском AppleStore и десятое – в Google Play. Число подписчиков крупнейших отечественных каналов колеблется от 1,5 до 9 тыс. В отличие от «народного» мессенджера Viber эта платформа имеет более специфическую аудиторию – ее социально-демографические характеристики еще предстоит выяснить. Но если экстраполировать на белорусских пользователей результаты опроса подписчиков русскоязычных каналов Telegram, предпринятого А. Проценко и М. Кажданом (наиболее репрезентативного на сегодня) [2], то можно сказать, что среди них преобладают мужчины в возрасте 18–34 лет, специалисты и руководители разных уровней, значительная часть которых живет в крупных городах, увлекается IT, наукой и техникой.

Белорусский сегмент Telegram начал активно развиваться относительно недавно – в сентябре 2017 г. Его концепция (идеологически обоснованное место и функции в медиасистеме) сформулирована блогером и активным популяризатором мессенджера Э. Пальчисом. Ключевой тезис заключается в том, что Telegram – это единственная платформа, свободная от цензуры. Блогер противопоставляет ее не только СМИ, но и другим социальным медиа, отмечая, что «в Твиттере возможности свободно высказываться ухудшаются с каждым годом... ну а VK и Ok законодательно прямоком сливают все данные ФСБ» (@x1863, 11.11.17). По мнению идеологов мессенджера, его внутривполитическая ценность в том, что Telegram – среда для общественно-политических дискуссий, правопреемница ЖЖ и Facebook, которая, в отличие от них, еще не регулируется государством и корпорациями (@x1863, 7.10.17). На фоне эффективной работы «пропагандистской машины Кремля» в сервисах Web 2.0 мессенджер также может стать оплотом национального медиапространства (@x1863, 11.11.17).

Отечественное Telegram-комьюнити группируется вокруг сообщества «Беларуский Телеграм» (@BelarusTelegram). Его создатель и администратор В. Чаюков ведет каталог, в который, по данным на декабрь 2017 г., входит более 200 каналов, около 80 групп и более 30 ботов [3]. Анализ топ-100 белорусских каналов показывает, что треть из них составляют оригинальные Telegram-проекты. На площадке также прочно закрепились СМИ (более

20 % аккаунтов), блогеры (около 12 %), филиалы популярных интернет-ресурсов («Чай з малинавым варэннем», «Это Минск, детка!» и т. д. – 8 %).

СМИ, блогеры и прочие производители контента колонизируют новое информационное пространство по моделям, апробированным несколько лет назад при освоении социальных сетей. Telegram – это прежде всего канал для экспорта ссылок на материалы сайта или сообщества в социальной сети. Отдельные творческие вариации – например, *aparté* редакции в «неформально-официальном» канале Куку или переработанные для Telegram заголовки и лиды Nn.by – не меняют сути подхода.

Изучение деятельности отдельных ресурсов (TUT.by, Onliner.by, Citydog.by, «Радио Свобода», Koko.by и др.) демонстрирует главную специфику при работе с Telegram – строгую дозировку контента. Каналы СМИ либо размещают не более 2–3 анонсов материалов в сутки, либо публикуют дайджесты или обзоры. Например, TUT.by в течение суток дает несколько подборок ссылок («главные новости к этому часу»), а также обобщающий обзор материалов за день. Onliner.by завел отдельный канал (@onliner_digest), предназначенный для «рассылки всех больших материалов за день и самых важных новостей».

Это контрастирует с десятками публикаций в Facebook или Twitter. Причины кроются в технологических особенностях Telegram: приложение лишено единой новостной ленты, поэтому чрезмерно интенсивная публикационная активность может вызвать раздражение. Уже сегодня более 40 % пользователей отключают уведомления об обновлении каналов [2]. Если вектор развития сервиса в сторону медийной площадки сохранится, равно как и темпы роста аудитории, то вполне возможно, что Telegram может стать «новым Twitter» и претерпеть изменения в интерфейсе.

Некоторые СМИ пытаются экспериментировать с ботами (Onliner.by, «Как тут жить», NationalGeographic и т. д.). В большинстве случаев их возможности ограничиваются автоматизацией рутинных операций, например, постингом новостей («бот-информатор»). Однако боты можно рассматривать и как разновидность интерфейса сайта: пользователь получает доступ к контенту посредством запросов, не покидая Telegram. Например, бот IT-ресурса Dev.by позволяет не только подписаться на рассылку, но и воспользоваться некоторыми функциям сайта – узнать статистику средних зарплат в отрасли, актуальную афишу мероприятий («бот-ассистент»).

Среди оригинальных информационных ресурсов внимания заслуживают «инсайдерские» каналы, которые в полной мере эксплуатируют анонимность Telegram. По данным «Медиалогии» на сентябрь 2017 г., 13 из 20 самых просматриваемых политических каналов в русскоязычном сегменте принадлежат коллективам безымянных авторов [4]. Эти проекты позиционируются в роли поставщиков эксклюзивных сведений и комментариев от «осведом-

ленных источников», что декларируется как на уровне названия («Мышь в овощном», «Политбюро 2.0», «Компромат 2.0», «Вертушка_АТС1»), так и на уровне слоганов («Бойлерная»: «агрегатор корпоративных сливов и слухов», «Методичка»: «честно и анонимно о российской политике», «Закулилка»: «запомните, все случается внутри театра, за кулисами»).

Во многом под влиянием российского рынка в белорусском Telegram также начался процесс создания анонимных общественно-политических каналов. Идет постепенное наращивание базы лояльных подписчиков, которые в дальнейшем смогут стать поставщиками фактов. Например, «Диссимулятор» заявляет: «Хотелось бы услышать мнение людей, которые реально вошли в закулисы, и предложить сделку: вы анонимно присылаете факты – канал их публикует» (@aglator, 12.11.17). Однако отечественный Telegram пока не породил своего «Караульного» или «Дабл Ять»: крупнейший проект такого рода – «Не БТ» (более 1,7 тыс. подписчиков), созданный в сентябре 2017 г., едва ли можно назвать каналом для «утечек» – это, скорее, умелая стилизация. Анализ публикаций и тематических акцентов показывает, что авторы «Не БТ» информированы на уровне журналистов-практиков, тесно связанных с белорусским телевидением. Об этом свидетельствует постоянный интерес к жизни медийного сообщества (посты от 23.09.17, 24.09.17, 8.11.17), циркулирующих в нем сплетен, которые выдаются за инсайды (21.09.17, 26.10.17).

Что касается перспектив появления подлинно «инсайдерских» каналов (а не лент корпоративных сплетен), то представляется, что здесь, как и в России, определяющей будет позиция политтехнологов и их готовность использовать Telegram в своих информационных кампаниях. Например, в России накануне президентских выборов 2018 года появились сообщения о возможном создании сети из 100 региональных Telegram-каналов для влияния на информационную повестку [5].

Таким образом, пространство Telegram сегодня – передовой край белорусского «информационного фронта», куда активные 18–34-летние пользователи мигрируют в поисках свободы самовыражения и виртуальной независимости. На данном этапе площадке еще присуще очарование раннего Web 2.0: здесь нет «информационной перегрузки» и непрозрачных алгоритмов фильтрации, навязчивой рекламы, зато анонимность, безопасность пользователей и полная свобода слова заявляются в качестве базовых ценностей.

Можно прогнозировать, что при нынешней конфигурации белорусского медиополя Telegram останется нишевым продуктом – резкий всплеск его популярности может быть спровоцирован либо агрессивной монетизационной политикой конкурентов, либо усилением контроля государства за интернет-пространством. Например, известно, что наиболее многочисленная аудитория мессенджера (около 40 млн пользователей) – в Иране, где цензорами заблокированы Twitter и Facebook.

Стремясь захватить этот сегмент интернет-аудитории, СМИ и PR-структуры продолжают освоение Telegram, включив его в сеть социальных каналов. Экстенсивный путь предполагает перенос на мессенджер творческих подходов из «ВКонтакте», Instagram или Twitter, интенсивный – эксплуатацию дополнительных возможностей Telegram (создание ботов, коллекций стикеров) или ведение оригинальных творческих проектов (например, в формате публикации «слухов» или «инсайдов» в своем тематическом поле и т. п.). Увеличивающееся число каналов создает спрос на обзоры и агрегацию контента из Telegram, который могут удовлетворить в том числе и СМИ (см. проект @tv_gramrbc).

В силу новизны мессенджер представляет собой перспективную среду для развития медиабизнеса. Можно согласиться с владельцем сети каналов Ю. Корбом, который сравнивает ситуацию в Telegram с бурным развитием сообществ в социальной сети «ВКонтакте» в 2012–2015 гг. Сегодня рекламный рынок заметно «перегрет». Стоимости некоторых каналов могут позавидовать даже СМИ: сенсацией стала продажа развлекательного проекта «Бывшая» за рекордные 100 тыс. долларов, а влиятельный политический канал «Незыгарь» оценивается в 3,5 раза дороже [6].

Telegram занял уникальное место среди других социальных платформ благодаря своей анонимности. С точки зрения киберкультуры, его создатель, П. Дуров, воплощает на практике фантастический проект «цифрового рая» – свободного султаната Кинакута, описанного Н. Стивенсоном в романе «Криптономикон». В силу анонимности Telegram стал комфортной средой для существования интернет-субкультур (4chan, Двач). Информационная среда мессенджера претендует на роль «бессознательного» медиaprостранства, куда вытесняются темы, образы, риторика, неприемлемые для СМИ и блогосферы. Заметный пример из белорусского Telegram – канал @bulbriety (около 500 читателей), который собирает сплетни из мира белорусских блогеров и травит популярных авторов, таких как А. Мотолько, Д. Блищ, А. Поплавская и др.

Анонимность Telegram, а также публично озвучиваемое нежелание владельцев идти на компромиссы с властями, заставляет политических активистов рассматривать мессенджер как важнейший инструмент информирования и мобилизации граждан. Но возможности мессенджера не стоит переоценивать. Telegram идеализируют оптимисты-технократы, которые из года в год переносят свои теории на новые медийные площадки. Например, автор концепции «умных толп» Г. Рейнгольд восхищался мобильными телефонами и SMS-рассылками, позволившими вывести на антикоррупционные митинги более миллиона филиппинцев в 2001 году; его коллега К. Ширки рассматривал Twitter как важнейший фактор «Арабской весны» – волны восстаний в арабских государствах в начале 2010-х гг. и т. д. Более того, опыт

России показывает, что даже такой «неподцензурный» инструмент, как Telegram, может использоваться властями едва ли не более эффективно, чем политическими активистами: по некоторым данным [7], рейтинговые «кулуарные» каналы «Незыгарь», «Караульный», «Актилоп» и др. уже в действительности являются проектами Кремля, который делает с их помощью информационные «инъекции» для манипулирования СМИ и общественным мнением.

Литература

1. Мессенджеры в России: август 2017 и динамика роста [Электронный ресурс] // BrandAnalytics. – Режим доступа: <http://blog.br-analytics.ru/messenzhery-v-rossii-avgust-2017-i-dinamika-rosta/>. – Дата доступа: 22.12.2017.
2. Исследование: портрет наиболее активной аудитории Telegram в России [Электронный ресурс] // Vc.ru. – Режим доступа: <https://vc.ru/25614-audience-of-telegram>. – Дата доступа: 22.12.2017.
3. Усе беларускія каналы, суполкі, боты і налёпкі Telegram [Электронный ресурс] // Беларуский Телеграм. – Режим доступа: <http://telegra.ph/Belarus-Channels-Groups-and-Bots-07-28/>. – Дата доступа: 22.12.2017.
4. Топ-20 политических каналов Telegram по просмотрам – сентябрь 2017 [Электронный ресурс] // Медиалогия. – Режим доступа: <http://www.mlg.ru/ratings/socmedia/trends/5547/>. – Дата доступа: 22.12.2017.
5. СМИ назвали инициатора запуска 100 политических Telegram-каналов [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/13/10/2017/59e009699a794742e8395067>. – Дата доступа: 22.12.2017.
6. Садкова, Е. Кремль шлет вам Telegram [Электронный ресурс] / Е. Садкова // Общественный контроль. – Режим доступа: <https://ok-inform.ru/politics/domestic/104752-kreml-shlet-vam-telegram.html>. – Дата доступа: 22.12.2017.
7. В «Михайлов и партнеры» опровергли сообщения о покупке Telegram-канала «Незыгарь» [Электронный ресурс] // Ведомости. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2017/12/18/745641-telegramm-kanala-nezigar>. – Дата доступа: 22.12.2017.

Светлана Симакова

Челябинский государственный университет (Россия)

ИНФОГРАФИКА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ АУДИТОРИИ СМИ

Современность в публицистике и научной литературе нередко обозначается как эпоха гегемонии средств массовой коммуникации (СМК), в частности средств массовой информации (СМИ). Несомненно, СМК и СМИ играют в информационном обществе, вступление в которое анонсировали многие развитые страны, решающую роль. Однако в науке и общественном мнении зачастую это влияние описывается в категориях с негативной семантикой (манипуляции, виртуализация действительности, подмена журналистики пропагандой и т. п.). Тем более очевидной кажется назревшая