П. В. КОЛОЗАРИДИ, А. В. ИЛЬИН

Колозариди Полина Владимировна
младший научный сотрудник,
Научно-учебная лаборатория политических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Тел.: + 7 (495) 771-32-32
исследователь, Центр изучения Интернета и общества
Адрес: Россия, 109028, Москва, ул. Солянка, д. 3, стр. 1
Сайт: newmediacenter.ru
E-mail: poli.kolozaridi@gmail.com

Ильин Александр Владимирович
исследователь, Центр изучения Интернета и общества
Адрес: Россия, 109028, Москва, ул. Солянка, д. 3, стр. 1
Сайт: newmediacenter.ru
E-mail: alek.liskin@gmail.com

МЕССЕНДЖЕРЫ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ: ГИБРИДНЫЕ ФОРМЫ И НОВЫЕ ПРАКТИКИ

Аннотация. Рост мобильности является одной из главных тенденций развития медиа в течение последних нескольких лет. Но результаты и сам процесс этого роста остаются не вполне ясными. Что именно трансформируется в практиках пользователей, как это влияет на появление и изменение сервисов? Мы полагаем, что одна из главных примет роста мобильности, которую мы наблюдаем уже сегодня, — развитие мессенджеров. Практики использования технологий меняются, синхронность, интимность, окончательное упразднение границ онлайна и офлайна, непретенциозность — с этими свойствами новые технологии приходят в нашу повседневность. Мы предлагаем анализ этих технологий в сравнении с социальными сетями и обзор основных тенденций, связанных с распространением мессенджеров.

Ключевые слова: мессенджеры, социальные сети, город, практики, мобильность, технологии

© П. В. КОЛОЗАРИДИ, А. В. ИЛЬИН

Зачем создавался Интернет

В 1996 г. один из создателей современного Интернета Тим Бернерс-Ли написал статью [Berners-Lee 1996] о том, к чему ведет развитие сетей и куда оно приведет. Статью эту интересно читать и сегодня: такие вопросы, как роль протоколов, этика, авторское право актуальны и двадцать лет спустя.

Но главное, Бернерс-Ли объясняет, что основная роль сетей — соединять людей. Не создавать контент, не уплотнять публичное пространство, не возвещать революцию в рыночных отношениях, а просто служить средством общения. Речь идет не о «виртуальном общении», о котором писали современники Бернерса-Ли, а о разных формах коммуникации, которые не более виртуальны, чем обычное написание текста. Функция общения в Интернете всегда была одной из главных, и ее воплощали простые программы, например, ICQ либо подобные ей сервисы мгновенного обмена сообщениями, или мессенджеры.

Сейчас налицо новый расцвет таких сервисов: постоянно появляются новости о выпуске очередного приложения, крупные корпорации бросают прежние проекты, чтобы запустить собственный мессенджер, WhatsApp бьет рекорды по количеству пользователей, молодые люди в США активно используют Snapchat для обмена фотографиями и видео. Правда, и социальные сети по-прежнему популярны. Во многих регионах Facebook все еще считается синонимом Интернета [Woollaston 2015]. Но там, где в первую очередь распространен мобильный Интернет, WhatsApp оказывается популярнее (например, в Якутии [Черникова 2015]). Это связано не с самим приложением, а с особенностями провайдеров, со стоимостью подключения и с другими техническими деталями. Но важно, что именно мессенджеры смогли подстроиться под эти условия.

Мессенджеры на мобильных устройствах оказываются конкурентами СМС-сообщений, и многие сотовые операторы продумывают стратегии, как можно избежать падения прибыли. Буквально в конце 2015 г. компания МТС объявила о запуске собственного мессенджера, при помощи которого абоненты могут отправлять сообщения и совершать звонки, — своеобразной альтернативы Skype или Viber [МТС 2015].

В 2014 г. Facebook купил WhatsApp, и это стало одной из крупнейших IT-сделок года. Но дело не только в гигантах. Новые сервисы сообщений постепенно теснят социальные сети. Они используются для частной переписки и публичного оповещения, могут даже дополнить новостные ленты обычных онлайн-СМИ (см., например: [Meduza 2015]), обрастают системами безопасности и при этом служат для передачи аудио- и видеосообщений. Тем более, что Интернет сегодня — это прежде всего поставщик приложений на телефоны [Newman, Levy 2014], а не явление из браузера. Этот важный переход — со стационарных компьютеров на мобильные платформы, конечно, не происходит полностью. Но тенденция в том, что

новые пользователи часто впервые открывают Интернет именно в телефоне или на планшете, и таких пользователей становится все больше.

Главные особенности, на которые указывают производители мессенджеров, — безопасность данных и быстрая передача информации. Во-первых, примечательно, что главное — это передача, а не создание данных. Во-вторых, пользователям, которые не очень сведущи в системах приватности [Madden, Rainie 2015], зачем-то важно сохранять свою переписку в секрете. От спецслужб, супругов, работодателей — неважно, но в целом контроль над степенью интимности представляется большим преимуществом. Почему?

Поколения пользователей

Проще всего объяснить распространение мессенджеров изменением материальной природы носителей. Сейчас наиболее активно распространяется мобильный Интернет [Kemp 2015]. И пользуется им не только молодежь; новые технологии как раз предпочитают пользователи постарше, нужды которых просты и прагматичны — написать родственникам сообщение, отправить фотографию или статью.

К концу 2012 г. количество отправляемых СМС пошло на убыль, и причина тому — мессенджеры [Welch 2013]. Самое популярное приложение в США — Facebook Messenger, в прошлом году он занимал 66% рынка; за ним с большим отрывом следуют малоизвестные в России Line, Kik и популярный во всем мире WhatsApp (700 млн регулярных пользователей [Isaak, de la Merced 2015]), далее следует Viber (200 млн). Microsoft внедряет Skype в Windows 10 уже в первую очередь в качестве сервиса обмена сообщениями [Warren 2015]. На волне беспокойства пользователей относительно безопасности[1] появляется множество новых сервисов, в частности, разработка Павла Дурова Telegram. Завораживают и темпы роста аудитории мессенджеров — приложение Facebook Messenger набирает по 200% в год, WhatsApp — 60% [Meeker 2015].

Популярность набрал и китайский сервис WeChat, теперь автоматически поставляющийся на смартфонах Xiaomi, которые считаются уже едва ли не главными конкурентами айфонов. WeChat, кроме прочего, известен тем, что представляет геолокационные данные и обещает стать еще и приложением с функцией ориентации по городу [Limongello 2015].

Исследование Бетси Хендерсон по Юго-Восточной Азии[2] показывает, что пользователи иногда не понимают, что, запуская приложение, они подключаются к Интернету (особенно если не нужно платить за трафик).

[1] Например, в 2014 г. 68% американцев испытывали беспокойство при использовании чатов и системы обмена сообщениями для отправки приватной информации [Madden, Rainie 2015].

[2] См. аннотацию и презентацию доклада: Betsy Henderson, «Digital and offline: research on information sharing in Asia's most repressive environments» на сайте конференции CIBAR Conference (Париж, 2–4 ноября 2014 г.): http://www.cibar.org/2014-paris.

Для людей, выросших на браузерах и помнящих dial-up, это не очень привычно. Но в этом как раз основное отличие между поколениями пользователей. Речь идет о более важном различии, чем то, которое существует между «цифровыми мигрантами» (т.е. теми, кто стал пользоваться Интернетом уже будучи взрослым) и «цифровыми аборигенами» (т.е. пользователями, в жизни которых Интернет присутствовал с самого детства). Иными словами, разница в возрасте неважна; дело в том, как складывается пользовательская практика.

Как рассказывает социолог Иван Климов[3], директор Центра изучения Интернета и общества, различаются даже способы хранения понравившейся информации. Еще недавно что-то важное сохраняли на жестком диске, потом стали добавлять в закладки, потом — копировать к себе в Facebook, «ВКонтакте», Pinterest. Память современного активного пользователя Интернета лучше сохраняет то, где найдена нужная информация и как ее найти, а не то, что именно составляет ее содержание. Грубо говоря, пользователь запоминает, что в англоязычной Википедии есть статья про династию Тюдоров, но не прилагает усилий, чтобы усвоить, с кого эта династия началась и кем закончилась. Это не значит, что он этого вообще не помнит, но структура памяти, безусловно, меняется. И происходящее — это скорее повод критически осмыслить собственные представления о том, что такое память и знание, для чего мы ими пользуемся. Впрочем, никто не запрещает нам тренировать собственное умение помнить — по заветам Умберто Эко:

> Это правда, что если ты захочешь узнать, кто такой Карл Великий или где находится Куала-Лумпур, то ты сможешь нажать на кнопку и тотчас узнать все из интернета. Делай это, когда тебе нужно, но, получив справку, старайся запомнить ее содержание, чтобы не искать вторично, когда эти знания тебе понадобятся в школе, например. Плохо то, что понимание того, что компьютер может в любой момент ответить на твой вопрос, отбивает у тебя желание запоминать информацию. ‹…› Вот в чем заключается мой рецепт. Каждое утро выучивай какое-нибудь короткое стихотворение, как заставляли нас делать в детстве. Можно устраивать соревнование с друзьями на лучшую память. Если тебе не нравится поэзия, то ты можешь запоминать состав футбольных команд, но ты должен знать игроков не только команды Римского клуба, но и игроков других команд, а также их состав в прошедшие времена [Эко 2014].

Проблема «цифровой зависимости» и раздражения от почты [Barley et al. 2011; Lafrance 2016] тоже возникает во многом из-за специфики практик, связанных с мобильными технологиями. Оповещения, звуковые сигналы — это существует в первую очередь в среде, где главное устройство — мобильный телефон, а не компьютер.

[3] Неформальное высказывание на конференции.

Телефонные общины

Итак, пользователи мессенджеров имеют прагматичные цели — общение с друзьями и родственниками, причем не только тет-а-тет, но и группой. Использование новых коммуникаций для воссоздания сообществ или общин — тоже совсем не новое явление. Один из самых влиятельных теоретиков современных медиа Говард Рейнгольд [Rheingold 1993] писал о «виртуальной общине» еще в 1993 г. В одноименной книге он анализирует, как люди, никогда не видевшие друг друга, помогают своим собеседникам по форумам, демократично решают вопросы о работе своего форума и вообще действуют как сложившийся коллектив. С тех пор тема виртуальных сообществ — одна из главных в исследованиях Интернета, и ученые с завидным постоянством, но с переменным успехом находят отличительные свойства онлайн-общения.

Сегодня в мессенджерах образуются сообщества, но они уже совсем не виртуальные, обычно общаются уже знакомые друг с другом люди. Часто это микрогруппы (до девяти человек), рабочие коллективы, родственники, близкие друзья; в любом случае речь идет о частной жизни. Такие группы, вероятно, могут включать и малознакомых людей, но только если они либо объединены важным интересом, либо находятся в одном пространстве.

Количество таких групп, как и связь между ними, ничем не ограничены. Речь идет о тех самых индивидах, связанных сетью отношений [Rainie, Wellman 2012], для которых основным типом коллективной принадлежности является принадлежность не к группам, а к текущим связям. «Круги» Google, группы в Facebook становятся менее актуальными, чем то, что происходит здесь и сейчас.

Но мессенджеры не остаются только чатами для разговоров, они обрастают новыми функциями: получение прогноза погоды, поиск по сообщениям и файлам в переписке и даже денежные переводы. Это связано с системой идентификации, становящейся все ближе к формированию единого профиля, к которому привязываются и аккаунты в социальных сетях. Но общение в мессенджерах — это еще и создание сетей доверия, где можно обмениваться всем — от картинок из Интернета до денег и официальных документов.

В любом случае эпоха утопии Интернета как пространства, где каждый отдельный человек общается со всем человечеством, подошла к концу. В России ее расцвет пришелся на годы триумфа «Живого журнала» (ЖЖ), продолжался в Facebook, но теперь тоже завершается, хотя со стороны это может выглядеть и как ее продолжение.

Начинается эпоха других метафор в отношении Интернета. Он был «доро́гой», «домом», т. е. инфраструктурой или пространством [Jamet et al. 2010], а сейчас о нем чаще всего говорится как о дополняющем основную реальность. Примечательна, например, метафора «облака» как одновременно «здешнего» и «недостижимого».

Узкая местная сеть

Сужение публичного пространства в Интернете и рост внимания к приватности — одна из главных движущих сил развития сетевых сервисов сегодня. Часть функций больших платформ становится менее актуальной. Для протестных движений и революций — важнее действовать (зачастую без всякой связи, как в случае с FireChat), чем говорить. Обмениваться информацией можно через специальные сервисы. Знакомиться — на сайтах профессиональных или личных знакомств. Поддерживать общение — в тех самых мессенджерах.

Большие социальные сети, и особенно сервисы блогов, работают как подспорье социальных лифтов. Человека можно узнать по его делам, о которых он рассказывает в Интернете, по текстам или фотографиям, которые он создает. Как объясняет эксперт по медиа Андрей Мирошниченко [Miroshnichenko 2012], многократно увеличивается количество авторов, точнее, потенциальных авторов, т. е. создателей контента. Потому что в итоге сам контент производят немногие, и это позволяет работать социальным лифтам, поднимая наверх самых заметных персонажей. Однако тросы таких лифтов изнашиваются очень быстро, и те, что сработали, уже дали нам целое поколение блогеров и публичных фигур, так или иначе связанных с Интернетом. А главное, за прошедшие годы доступ к сервисам Интернета появился более чем у половины россиян, и это сделало работу лифтов практически невозможной — такие массы народа не могут переезжать в одних кабинах.

В любом случае сейчас мы видим ровно противоположную тенденцию. Социальные сети и сообщества возникают в сервисах сообщений, когда люди либо уже знакомы друг с другом, либо имеют общие интересы, которые дают конкретный повод для общения.

В том же Telegram недавно появилась функция создания публичных каналов, через которые можно осуществлять рассылку информации. Эту функцию уже взяли на вооружение некоторые блогеры и СМИ. Можно предположить, что и городские учреждения (кофейни, рестораны, транспортные предприятия и т. д.) вскоре прибегнут к использованию таких каналов. Можно открыть чат и читать мини-медиа о поставке и обжарке кофейного зерна из Гватемалы, о труде местных фермеров и непростых условиях их работы — или нажать кнопку «mute», отключив звук приходящих сообщений, и не думать, не беспокоиться об этом. Понятно, что модераторы таких каналов будут работать над тем, чтобы пользователь мечтал узнать о гватемальском кофе и о его доблестных добытчиках, но это придется делать уже более сфокусированно. Единство места, времени и действия, как в классицистической пьесе, обязывает к линейности и ясности сюжета, контент будет всё более полезным и персонализированным.

Эта тенденция согласуется с тем, что вместо различения виртуального и реального все чаще речь идет о гибридных пространствах, когда элементы городской среды сочетаются с онлайн-средами [de Souza e Silva 2006]. В этом случае становится сложно различить, о какой коммуникации идет речь — офлайновой или онлайновой.

Поточность

Наконец, мы подходим к тонкому и важному изменению, которое приходит вместе с WhatsUp, Viber, Telegram и другими мессенджерами. Это существование пользователя в постоянном состоянии «потока», которое становятся основой для нового представления о хранении данных. Оно характерно и для описания невиртуальных феноменов, «потоки» становятся базовой метафорой, заменяющей многие пространственные категории (например, ее использует в своих работах о пространстве Дж. Урри [Урри 2012]).

Обычно говорят, что, дескать, в этих виртуальных «потоках» и чатах ничего не найти, что они отменяют историчность и структурность информации. Действительно, на смену немедленной архивации приходят присутствие здесь и сейчас, синхронность общения, постоянное нахождение в прямом эфире без монтажа и купюр.

Но происходит и еще одна очень важная трансформация, следующий шаг к виртуализации папок и файлов, к которым привыкли пользователи, начинавшие с Windows. Переходя на «Макинтоши» или покупая айфоны, все сначала страдают от бесструктурности облаков и файловой системы Apple, но постепенно привыкают искать в загрузках по ключевым словам. Также и пользователи мессенджеров привыкают к поиску по истории сообщений. Между тем в сервисах сообщений возникает практически аналог файловой системы компьютера.

Сейчас эта тенденция не проявила себя в полной мере, и, конечно, миллионы пользователей спокойно проживут еще лет десять, успешно пользуясь «окнами», если Microsoft не решит внезапно заблокировать все сервисы старого Windows. Инновации проникают в жизнь постепенно, и сразу ими начинает пользоваться только небольшая часть аудитории.

Пользователь Facebook, давно не заходивший в свой старый дневник, возможно, удивится тому, что в ЖЖ жизнь продолжается [Brand Analytics 2016]. Она не становится частью общей повестки дня, но надо признать, что блоги Mail.ru или Ya.ru тоже редко попадали в центр внимания «всего Интернета», что не мешало им расти и привлекать все новых пользователей.

«Невидимость» таких крупных сетей связана с несколькими причинами. Конечно, имеет значение некоторый снобизм наиболее публичных пользователей, которые пользуются в основном Фейсбуком, реже — Твиттером и ЖЖ. И да, в «Моем Мире» или «Одноклассниках» возникает критически мало деятельных сообществ. Но главное, социальные сети теперь — это явление частной жизни, которая становится частью жизни публичной, а не наоборот. Ярчайший пример тому — Instagram, вторая по количеству уникальных авторов социальная сеть в России [Brand Analytics 2015]. Несмотря на множество магазинов, музеев, профессиональных фотографов и художников, даже попытки ведения в этой сети коллективных акка-

унтов, сервис остается прибежищем частной жизни, местом размещения фотографий в жанре «фуд-порн» и «котиков», и именно такие снимки задают тон остальным. Даже официальные аккаунты музеев или университетов стремятся к тому, чтобы в первую очередь рассказывать о себе через частные истории.

Триумф частного

Итак, утопическая и в общем уже реализовавшаяся эпоха «Большого Интернета» уходит в прошлое вместе со строгой границей онлайн/офлайн. Пользователи концентрируются на своих частных задачах. Их цели становятся все более локальными и конкретными. Сеть — это теперь не пространство бесконечного фланирования, которое закончилось еще в 2013 г. [Stephen 2013]. Скорее, это пространство между дворами-сообществами, у каждого из которых — свои лавочки. Эпоха, когда высказывание в Интернете адресовалось urbi et orbi, т.е. граду и миру, уходит в прошлое.

Это не означает, что корпорации завершают свои мегапроекты. Они так же успешно будут создавать их в новой среде, хотя нельзя исключить, что некоторые не смогут ухватить тренд и исчезнут. Нас ждет окончательное прощание с линейным временем и архивно-историческим вебом. На смену ему придет синхронность, и это единственное, что будет объединять пользователей. Каждый будет синхронен со своими собеседниками в маленькой сети, но не со всем миром.

Пространство современного пользователя — это уже не мир без границ, а скорее пространство с новыми границами. Эти границы подвижны, и их подвижность и есть главное достижение эпохи мобильности.

Литература

МТС 2015 — МТС 14 декабря запускает мессенджер, аналогичный Skype и Viber // РИА «Новости». 2015 г., 7 дек. URL: http://ria.ru/technology/20151207/1337820326.html.

Урри 2012 — *Урри Дж*. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.

Черникова 2015 — *Черникова Н*. Как Якутия совершила прорыв в WhatsApp // Секрет Фирмы. 2015 г., 21 апр. URL: http://secretmag.ru/articles/2015/04/21/whatsapp_yakutsk.

Эко 2014 — Умберто Эко: Дорогой внук, учи наизусть // Иносми.ру. 2014 г., 24 янв. URL: http://inosmi.ru/world/20140124/216819572.html.

Barley et al. 2011 — *Barley S. R., Grodal S., Meyerson D. E*. Email as a source and symbol of stress // Organization Science. Vol. 22. No. 4. 2011. P. 887–906.

Berners-Lee 1996 — *Berners-Lee T*. WWW: Past, present, and future // Computer. Vol. 29. No. 10. 1996 .P. 69–77.

Brand Analytics 2015 — Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы // Brand Analytics. 2015 г., 6 июня. URL: https://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy.

Brand Analytics 2016 — Социальные сети в России, зима 2015–2016. Цифры, тренды, прогнозы // Brand Analytics. 2016 г., 14 янв. URL: http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy.

de Souza e Silva 2006 — *De Souza e Silva A*. From cyber to hybrid: Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces // Space & Culture. Vol. 9. No. 3. 2006. P. 261–278.

Isaak, de la Merced 2015 — *Isaak M., de la Merced M*. Why apps for messaging are trending // The New York Times. 2015, January 25. URL: http://www.nytimes.com/2015/01/26/technology/why-apps-for-messaging-are-trending.html?_r=1.

Jamet et al. 2010 — *Jamet D., Jamet D. L., Moulin-Lyon J*. What do Internet metaphors reveal about the Internet? // metaphoric.de. Vol. 18. 2010. URL: http://www.metaphorik.de/en/book/export/html/272.

Kemp 2015 — *Kemp S*. Digital, social & mobile in 2015 // We Are Social. 2015, January 21. URL: http://wearesocial.sg/blog/2015/01/digital-social-mobile-2015.

Lafrance 2016 — *Lafrance A*. The triumph of email. Why does one of the world's most reviled technologies keep winning? // The Atlantic. 2016, January 6. URL: http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/01/what-comes-after-email/422625.

Limongello 2015 — *Limongello T*. The Future Of Messenger // Tech Crunch. 2015, April 6. URL: http://techcrunch.com/2015/04/06/the-future-of-messenger.

Madden, Rainie 2015 — *Madden M., Rainie L.* Americans' attitudes about privacy, security and surveillance // Pew Research Center. 2015, May 20. URL: http://www.pewinternet.org/2015/05/20/americans-attitudes-about-privacy-security-and-surveillance.

Meduza 2015 — Meduza. [Запись в Facebook]. 2015 г., 7 мая. URL: https://www.facebook.com/themeduza/posts/484677138353713.

Meeker 2015 — *Meeker M*. Internet trends 2015 — Code conference // KPCB. 2015, May 27. URL: http://www.kpcb.com/internet-trends.

Miroshnichenko 2012 — *Miroshnichenko A*. The emancipation of authorship: The viral editor as a dispersed creature of the Internet // Journalism and Mass Communication. Vol. 2. No. 2. 2012. P. 363–372.

Newman, Levy 2014 — Reuters Institute Digital News Report 2014. Tracking The future of news / Ed. by N. Newman, D. A. L. Levy. [2014]. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014.pdf.

Rainie, Wellman 2012 — *Rainie H., Wellman B.* Networked: The new social operating system. Cambridge, MA: MIT Press, 2012.

Rheingold 1993 — *Rheingold H.* The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Reading, MA: Addison-Wesley, 1993.

Stephen 2013 — *Stephen B.* In praise of the flâneur // The Paris Review. 2013, October 17. URL: http://www.theparisreview.org/blog/2013/10/17/in-praise-of-the-flaneur.

Warren 2015 — *Warren T*. Microsoft is turning Skype into its own version of iMessage in Windows 10 // The Verge. 2015, January 22. URL: http://www.theverge.com/2015/1/22/7871919/skype-for-windows-10-features.

Welch 2013 — *Welch Ch*. Chat apps surpass SMS for the first time, study finds // The Verge. 2013, April 29. URL: http://www.theverge.com/2013/4/29/4281618/chat-apps-surpass-sms-messaging-volume-study.

Woollaston 2015 — *Woollaston V*. Do YOU think 'Facebook is the internet'? Two thirds of users do — and millions don't know they're on the web when they log in // Daily Mail Online. 2015, February 11. URL: http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2948923/Do-think-Facebook-internet-Two-thirds-users-millions-don-t-know-web-log-accounts.html.

Messengers in the urban environment: Hybrid forms and new practices

Kolozaridi, Polina V.
Junior Research Fellow, Laboratory for Political Studies, National Research University "Higher School of Economics"
Russia, 101000, Moscow, Myasnitskaya str., 20
Tel.: + 7 495 771-32-32
Research Fellow, Center for the Study of New Media and Society
Адрес: 109028, Moscow, Solyanka st., 3 bld 1
Web: newmediacenter.ru
E-mail: poli.kolozaridi@gmail.com

Ilin, Alexander V.
Research Fellow, Center for the Study of New Media and Society
Адрес: 109028, Moscow, Solyanka st., 3 bld 1
Web: newmediacenter.ru
E-mail: alek.liskin@gmail.com

Abstract. Mobility is one of the main tendencies in media development in recent several years. But the results and the process itself remain unclear. What features of users' practices are transformed and how does this influence new services' advent and transformations? We suppose that one of the main signs of mobility increase is the expansion of messengers. New technologies appear to our everyday life with such processes as synchrony, intimacy transformation, the definitive erasure of borders between online and offline. We offer an analysis of these technologies in comparison with social network sites and a review of primary tendencies in the spread of messengers.

Keywords: messengers, social networks, city, practices, mobility, technologies

References

Barley, S. R., Grodal, S., Meyerson, D. E. (2011). Email as a source and symbol of stress. *Organization Science, 22*(4), 887–906.

Berners-Lee, T. (1996). WWW: Past, present, and future. *Computer, 29*(10), 69–77.

[Brand Analytics 2015, June 6]. Sotsial'nye seti v Rossii, vesna 2015. Tsifry, trendy, prognozy [Social networks in Russia, Spring 2015: Numbers, trends, prognoses]. *Brand Analytics*. Retrieved from https://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy. (In Russian).

[Brand Analytics 2016, January 14]. Sotsial'nye seti v Rossii, zima 2015–2016. Tsifry, trendy, prognozy [Social networks in Russia, Winter 2015–2016: Numbers, trends, prognoses] // *Brand Analytics*. Retrieved from http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy. (In Russian).

Chernikova, N. (2015, April 21). Kak Iakutiia sovershila proryv v WhatsApp [How Yakutia made a breakthrough in WhatsApp]. *Sekret Firmy* [Secret of the firm]. Retrieved from http://secretmag.ru/articles/2015/04/21/whatsapp_yakutsk. (In Russian).

De Souza e Silva, A. (2006). From cyber to hybrid: Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space & Culture, 9*(3), 261–278.

Eko (2014, January 24). Umberto Eko: Dorogoi vnuk, uchi naizust' [Umberto Eco: Dear grandson, learn by heart] (Transl. from: Umberto Eco: "Caro nipote, studia a memoria" (*2014*). *L'Espresso*, January 3). *Inosmi.ru*. Retrieved from http://inosmi.ru/world/20140124/216819572.html. (In Russian).

Jamet, D., Jamet, D. L., Moulin-Lyon, J. (2010). What do Internet metaphors reveal about the Internet? *metaphoric.de, 18*. Retrieved from http://www.metaphorik.de/en/book/export/html/272.

Isaak, M., de la Merced, M. (2015, January 25). Why apps for messaging are trending. *The New York Times*. Retrieved from http://www.nytimes.com/2015/01/26/technology/why-apps-for-messaging-are-trending.html?_r=1.

Kemp, S. (2015, January 21). Digital, social & mobile in 2015. *We Are Social*. Retrieved from http://wearesocial.sg/blog/2015/01/digital-social-mobile-2015.

Lafrance, A. (2016, January 6). The triumph of email. Why does one of the world's most reviled technologies keep winning? *The Atlantic*. Retrieved from http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/01/what-comes-after-email/422625.

Limongello, T. (2015, April 6). The Future Of Messenger. *Tech Crunch*. Retrieved from http://techcrunch.com/2015/04/06/the-future-of-messenger.

Madden, M., Rainie, L. (2015, May 20). Americans' attitudes about privacy, security and surveillance. *Pew Research Center*. Retrieved from http://www.pewinternet.org/2015/05/20/americans-attitudes-about-privacy-security-and-surveillance.

Meduza (2015, May 7). Retrieved from https://www.facebook.com/themeduza/posts/484677138353713. (In Russian).

Meeker, M. (2015, May 27). Internet trends 2015 — Code conference. *KPCB*. Retrieved from http://www.kpcb.com/internet-trends.

Miroshnichenko, A. (2012). The emancipation of authorship: The viral editor as a dispersed creature of the Internet. *Journalism and Mass Communication, 2*(2), 363–372.

MTS 14 dekabria zapuskaet messendzher, analogichnyi Skype i Viber [On 14 December MTS launches a messenger, analogous to Skype and Viber] (2015, December 7). *RIA "Novosti"*. Retrieved from: http://ria.ru/technology/20151207/1337820326.html. (In Russian).

Newman, N., Levy, D. A. L. (eds.) (2014). Reuters Institute Digital News Report 2014. Tracking the future of news. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014.pdf.

Rainie, H., Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system.* Cambridge, MA: MIT Press.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Stephen, B. (2013, October 17). In praise of the flâneur. *The Paris Review*. Retrieved from http://www.theparisreview.org/blog/2013/10/17/in-praise-of-the-flaneur.

Urri, Dzh. (2012). *Sotsiologiia za predelami obshchestv: vidy mobil'nosti dlia XXI stoletiia* (Transl. from: Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. London; New York: Routledge). Moscow: Izdatel'skii dom Vysshei shkoly ekonomiki. (In Russian).

Warren, T. (2015, January 22). Microsoft is turning Skype into its own version of iMessage in Windows 10. *The Verge*. Retrieved from http://www.theverge.com/2015/1/22/7871919/skype-for-windows-10-features.

Welch, Ch. (2013, April 29). Chat apps surpass SMS for the first time, study finds. *The Verge*. Retrieved from http://www.theverge.com/2013/4/29/4281618/chat-apps-surpass-sms-messaging-volume-study.

Woollaston, V. (2015, February 11). Do YOU think 'Facebook is the internet'? Two thirds of users do — and millions don't know they're on the web when they log in. *Daily Mail Online*. Retrieved from http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2948923/Do-think-Facebook-internet-Two-thirds-users-millions-don-t-know-web-log-accounts.html.

Kolozaridi, P. V. Ilin, A. V. (2016). Messengers in the urban environment: Hybrid forms and new practices. *Shagi / Steps, 2*(1), 127–138