

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-5-22-26
УДК 070(045)

Медиа в структуре метавселенных и контроль цифровой коммуникации

Т.Л. Каминская

Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются попытки создания метавселенных и трансформация условий медиа и общества при стремительном переходе в цифровые форматы. Сегодня очевиден тренд на вовлечение правительств в цифровые медиакоммуникации при усилении регулирования цифровых платформ. Однако в мире усложняющегося медийного разнообразия и вовлечения все большего числа людей в создание цифрового контента контроль осуществлять все сложнее, а прогнозы социологов и футурологов в отношении опасностей для социума неутешительны. В статье автор попыталась определить факторы и охарактеризовать наиболее очевидные медийные практики коммуникативной трансформации; выделены медийные тренды в условиях создания метавселенных и перехода большинства социальных практик в цифровой мир. Обобщая анализ практик медиа, автор подчеркивает, что процесс создания цифровых экосистем и метавселенных – не технологический, а в первую очередь культурный, а курс на цифровые технологии меняет не только жизнь отдельного человека, но и политические системы.

Ключевые слова: метавселенная; медиа; технологическая сингулярность; медиаконтент; правительственный контроль; искусственный интеллект

Для цитирования: Каминская Т.Л. Медиа в структуре метавселенных и контроль цифровой коммуникации. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2023;13(5):22-26. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-5-22-26

ORIGINAL PAPER

Media in the Structure of Metaverse and Control of Digital Communication

T.L. Kaminskaya

Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article examines the attempts to create metaverses and the transformation of the media existence conditions and society in terms of the rapid transition of everyday actions into digital formats. Today, there is an obvious trend towards involving governments in digital media communications while increasing regulation of digital platforms. However, in a world of growing media diversity and the involvement of an increasing number of people involved into creation of digital content, it is difficult to exercise control. Moreover, the forecasts of sociologists and futurologists regarding the dangers to society are disappointing. In the article, the author tried to identify the factors and characterize the most obvious media practices of communication transformation. The article identifies the media trends that appeared during the metaverses creation and transition of social practices to the digital world. Summarizing the analysis of media practices, content analysis of media publications on the topic of technological progress and statistical data, the author of the article emphasizes that the process of creating digital ecosystems and metaverses is not a technological process, but primarily a cultural one. In addition, enhancing digital technologies changes not only the life of an individual, but also political systems.

Keywords: metaverse; media; technological singularity; media content; government control; artificial intelligence

For citation: Kaminskaya T.L. Media in the structure of metaverse and control of digital communication. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2023;13(5):22-26. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-5-22-26

Три актора — крупный бизнес, правительства и медиа — стремятся стать лидерами в том, что касается создания, контроля и использования технологических платформ коммуникации и по всему миру.

В течение последних нескольких лет мы могли отследить встраивание правительственных коммуникаций в новые технологические платформы, а также неизбежный переход правительств к более строгому регулированию коммуникации технологических компаний. Большая часть дебатов в 2022 г. вокруг данного регулирования у противников контроля была связана с лоббированием корыстных интересов компаний, однако ситуация быстро продвигается на различных «фронтах», таких как: антимонопольное законодательство, конфиденциальность данных, безопасность и др. [1].

Даже в США, провозглашавших независимость технологических компаний, мнение о необходимости их регулирования укрепилось после штурма Капитолия (который был согласован посредством платформ Alt-tech¹) и обнародования бывшей сотрудницей Фейсбука (платформа признана экстремистской на территории России) в октябре 2021 г. внутренних документов компании, касающиеся фейков, политической пропаганды и экстремизма².

Дин Фрилон с коллегами еще в 2020 г. писал, что некоторые социальные медиа специально создаются для использования правыми сообществами и продвижения экстремистских инициатив. В мире, где социальные медиа имеют решающее значение для политического активизма, по утверждению ученых, идеологическая асимметрия между левым и правым активизмом имеет критические последствия для демократической практики, управления социальными сетями и междисциплинарного изучения цифровой политики [2]. Еще одной проблемой в онлайн-коммуникации стала всякого рода киберпреступность, что также требует новых подходов к регулированию digital-среды.

Правительство Китая, известное своей социальной регламентацией жизни граждан посредством

цифровых технологий, стремится максимально контролировать и бытовую коммуникацию в сетях. Пользователям китайской многофункциональной платформы WeChat (более 1,2 млн чел.), в которую встроен мессенджер, платежная система, социальная сеть, с 2014 г. законом запрещено писать что-либо о политике без разрешения правительства. Таким образом, контроль за цифровой коммуникацией в Китае осуществляется прежде всего с очерчиванием границ дозволенного, а их нарушение грозит не только блокировкой аккаунта, но и уголовной ответственностью. При этом интересно, что именно китайские разработки наиболее многонациональны и смогли привлечь огромное число пользователей по всему миру (включая создание бизнес-аккаунтов). Самыми популярными социальными медиа в КНР являются на сегодня Вэйсинь (Wechat), Синьлан Вейбо (XinLang Weibo) и Доуин (Douyin), а в качестве их общей специфической характеристики можно назвать высокую эффективность в распространении краткой информации среди очень большого числа пользователей. Вэйсинь (Wechat) исходит в своем развитии из трех принципов: цифровая стратегия, использование реакций пользователей и децентрализация.

Ко II кварталу 2022 г. WeChat охватила более 94% смартфонов в Китае (число активных пользователей составило 806 млн чел. в месяц), а также людей в более чем 200 странах, говорящих на 20 языках. Кроме того, общее количество публичных аккаунтов WeChat различных брендов превысило 8 млн докстанций мобильных приложений — 85 тыс., доход от рекламы вырос до 3,679 млрд юаней. Многие китайцы просто проживают жизнь на этой платформе: это и чат, и стена новостей от друзей и знакомых (по типу ВКонтакте), и оплата коммунальных услуг, покупка билетов в кино, пополнение баланса телефона и еще множество всяких функций (платформу можно назвать прообразом метавселенной).

Бизнес-сообщество по всему миру сегодня активно стремится к развитию собственных метавселенных для онлайн-взаимодействия субъектов и погружения их в виртуальный мир без отрыва от реального. Метавселенная предполагает, что в виртуальном мире, не отрываясь от коммуникации, можно заказать еду и одежду из мира реального, а взаимодействие с другими пользователями осуществляется посредством уникальных цифровых аватаров.

В октябре 2021 г. Марк Цукерберг объявил о ребрендинге Facebook, которая трансформировалась в Meta Platforms (признана экстремистской на тер-

¹ В 2022 г. газеты The New York Times и The Guardian описали перенасыщенный рынок такого рода платформ и стремление создать параллельную виртуальную реальность платформам-гигантам. URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/18/business/trumps-truth-social.html>; <https://www.theguardian.com/us-news/2022/feb/20/trump-truth-social-app-fully-operational-march-devin-nunes>

² Как Фрэнсис Хауген показала миру темную сторону Facebook и попала в рейтинг Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/448979-kak-frensis-haugen-pokazala-miru-temnuu-storonu-facebook-i-popala-v-rejting-forbes>

ритории России). Однако создать метавселенную у него не получилось: дальше всего, по оценке экспертов РБК, в этом направлении продвинулись ММО (массовые многопользовательские онлайн-игры, позволяющие виртуально объединять игроков)³. Сегодня в условных метавселенных игр (таких, как Roblox, Fortnite) бизнес может размещать рекламу, например, в виде своих брендированных пространств с использованием корпоративных цветов и логотипов.

Крупные компании и правительства периодически делают заявления о создании метавселенных и устройств для погружения в них. Так, в феврале 2022 г. правительство Южной Кореи сообщило о выделении 187 млн долл. на разработку метавселенной Expanded Virtual World, которая, как рассчитывают власти, будет способствовать процветанию бизнеса и промышленности в государстве⁴.

В Европе в последние два года открываются новые лаборатории по созданию метавселенных, бизнес активно вкладывается в эти проекты⁵. Отмечается, что на первом этапе в Европе появятся центры в шести городах, главная цель которых — помочь в создании легких устройств для повседневного ношения, погружающих пользователей в мир иммерсивных технологий.

Метавселенные, возможно, будут использоваться и как мягкая сила для продвижения культуры в другие страны и укрепления национальной идентичности. Так, Япония посредством медиатехнологий продвигает культуру аниме. Таким образом, сегодня очевидно, что метавселенная — это не только идея для развлечения, общения и маркетинга, но и возможный инструмент для управления и трансляции ценностей.

При этом эксперты на протяжении последних двух лет отмечают, что правительствам контролировать метавселенные будет еще сложнее, чем социальные сети⁶. Различные прогнозы в отношении роли коммуникативных технологий в будущем включают в себя аспект невозможности контроля

этих технологий, все большую их автономность от человека. Инвестор и аналитик Азим Ажар [3] (книга которого, по версии Financial Times, признана лучшей в 2021 г.) утверждает, что перемены затронут не только экономику, но и политические системы. Ажар обосновал понятие «экспонентный разрыв», который обозначает развитие технологий по экспоненте (а не линейным способом), в результате чего политические системы не могут за ними угнаться. На взгляд автора, технологии вовсе не нейтральны и не являются инструментами для удобства людей, поскольку созданы по подобию человека, — они воспроизводят ту расстановку сил, которая существует в обществе. Новые технологические продукты дешевеют и их начинают массово использовать (скорость распространения продукта неимоверно возросла, и этот процесс постоянно ускоряется). Считается, что основная неприятность от развития технологий — безработица, но Ажар утверждает, что самая большая опасность — это ухудшение положения работающих и тотальная слежка за их коммуникациями. И, действительно, опубликованные факты подтверждают эту тенденцию: отчет американской исследовательской и консалтинговой компании Gartner за 2018 г. показал, что половина из 239 крупных корпораций отслеживают содержание электронной почты и аккаунтов в социальных сетях своих сотрудников⁷. Также в книге развенчивается миф о глобализации коммуникации, поскольку рекомендательные сервисы в социальных сетях мотивируют людей обособливаться и создавать однородные группы. К обособлению людей мотивируют бренды и медиа, создавая из своей аудитории комьюнити.

Теория Курцвейлла [4], который еще в 2005 г. указал на экспоненциальный рост вычислительных мощностей, представляется Ажару верной. Американский изобретатель и футуролог Рэй Курцвейлл установил «дату сингулярности» — 2045 г. Технологическая сингулярность (technological singularity) — момент, когда технологии перестают быть управляемыми, а технологическое развитие становится необратимым — порождает радикальные изменения самого характера человеческой цивилизации.

На технологические трансформации коммуникации медиаменеджмент мира также реагирует по-своему. Так, его не могут не настораживать такие факты, что, например, у одноминутного обзора ми-

³ Рождение и смерть метавселенных: почему интерес к ним угас за 2 года. URL: <https://pro.rbc.ru/demo/6423e41f9a7947badecd0ec2>

⁴ South Korea to invest \$ 187M in national metaverse project. URL: <https://cointelegraph.com/news/south-korea-to-invest-187m-in-national-metaverse>

⁵ Qualcomm открыла в Европе лабораторию расширенной реальности для развития метавселенных. URL: <https://3dnews.ru/1059975/qualcomm-otkrila-v-evrope-laboratoriyu-rasshirennoy-realnosti>

⁶ URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-12-15/misinformation-has-already-made-its-way-to-facebook-s-metaverse>

⁷ The Future of Employee Monitoring. URL: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/the-future-of-employee-monitoring>

ровых новостей в TikTok подписчиков больше (более 3 млн, чем у Washington Post и BBC вместе взятых). А также то, что блогеры-одиночки опережают профессиональные редакции в создании эксклюзивных интервью со знаменитостями и онлайн-трансляциях и собирают миллионы просмотров на своих онлайн-аккаунтах⁸. Медиакомпании всех стран заявляют, что они продолжают делать ставку на искусственный интеллект как способ предоставления аудитории все более персонализированной информации и повышения эффективности медиапроизводства.

Сегодня аудитория медиа — это не нечто стабильно-статичное, а скорее всего, заряженный ожиданиями, настроениями, ценностями потенциал, который нужно постоянно тонизировать. В последние годы сложился отчетливый тренд на развитие комьюнити вокруг СМИ (включая вакансии для позиций «комьюнити-менеджер для медиа»). При этом СМИ обращают внимание на личность самого журналиста, который должен быть социально значим в битве с блогерами за умы аудитории. Модели подписки на цифровой медиаконтент стали появляться во время пандемии. К 2022 г. у New York Times, например, было уже 8,4 млн подписок, из которых 7,6 млн — цифровые, что позволит компании достичь показателя 10 млн к 2025 г.

Различные популярные проекты по медиаграмотности⁹ утверждают, что медиаконвергенция и новые правила работы медиа с цифровыми сервисами и аудиторией — это больше культурный, чем технологический процесс: аудитория все активнее переходит к созданию собственного медиаконтента, распадается на группы, погружается в цифровизацию.

Интересен в этом плане возникший в 2022 г. стартап News Movement, «движение хороших новостей», охватывающий пользователей всего мира, которые «не хотят подписываться на негатив и мрак». Движение включает в себя TNM — новостной бренд, ориентированный на поколение Z (основанный в 2020 г.), а также приобретенный в 2023 г. видеосервис The Recount¹⁰, освещающий политику США.

Что касается политической медиакommunikации, то, несмотря на объявленную Томом Николсом в 2017 г. «смерть экспертизы» [5] в цифровом мире, ценность экспертного мнения в отношении политических процессов в условиях увеличивающийся

турбулентности мира повышается, о чем говорят, например, наши наблюдения за медиадискурсом информационного противоборства во время СВО. Именно в 2022–2023 гг. во всем мире увеличилось привлечение экспертов в медиа для комментирования политических событий и процессов. В ситуации информационной войны и политической нестабильности очевиден запрос общества на экспертное знание гуманитариев, удовлетворение которого осуществляется посредством медийных форматов известными личностями. Экспертные мнения по поводу происходящего становятся инфоповодом, занимают в заголовках и лидах сильную позицию, а правительственные структуры создают национальные рейтинги экспертных медийных каналов.

Что касается связанных с этим медийных трендов, то здесь важны две вещи: 1) за онлайн-контент надо платить; 2) журналисты должны себя вести как социально влиятельные лица, поскольку они выстраивают отношения и создают сообщества. Эти тренды воплощаются в новых платформах, например Sudstack [6], которая в ноябре 2021 г. объявила, что у нее 1 млн платных подписчиков. Подобные платформы дают возможность журналистам, блогерам и писателям зарабатывать огромные суммы на рассылке новостей. Уже в 2020 г. многие популярные журналисты ведущих англоязычных медиа бросили работу в редакциях, чтобы зарабатывать таким образом. В ответ на это New York Times и Forbes предложили работающим у них журналистам делать платные рассылки на основе редакционных публикаций. Здесь уместно еще раз вспомнить пророчество Ажара про наемных работников, число которых в ближайшие годы должно сокращаться по экспоненте (массовый переход на самозанятость и удаленный формат). Сегодня тенденцию к гибридной и удаленной работе мы можем наблюдать не только в редакциях, (которые частично после пандемии трудятся в данном формате), но и в запросах выпускников вузов: чаще всего главным аргументом при трудоустройстве является возможность работать дистанционно.

В настоящее время мы видим прогресс медийного разнообразия: экспертные политические комментарии и истории, политические дебаты в режиме реального времени, медиазавтраки и специальные события в редакциях, экологические и политические проекты СМИ. Вероятнее всего, разнообразие и ускоряющаяся технологизация коммуникации означают, что в мире в ближайшем будущем станут происходить культурные, социальные и политические трансформации.

⁸ URL: <https://shazoo.ru/2022/06/28/128650/ispanskiistrimer-ibai-lianos-pobil-rekord-twitch-i-sobral-33-milliona-zritelei-na-translaci>

⁹ URL: <http://www.newmedialiteracies.org/>

¹⁰ URL: <https://thenewsmovement.com/>

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета.

ACKNOWLEDGEMENTS

The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budget funds on a state assignment to the Financial University.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Каминская Т.Л. Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникационного пространства России. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(2):96–101.
2. Freelon D., Marwick A., Kreiss D. False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*. 2020;369(6508): 1197–1201. DOI: 10.1126/science.abb2428
3. Ажар А. Как быстрое развитие технологий меняет бизнес, политику и общество. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2023. 352 с.
4. Kurzweil R. *The Singularity Is Near*. N. Y.: Viking; 2005.
5. Николс Т. Смерть экспертизы: как интернет убивает научные знания. URL: <https://knizhnik.org/tom-nikols/smert-ekspertizy/1>
6. Щербакова Н. Substack: социальная сеть в вашей электронной почте. URL: <https://bg.ru/bg/city/social-media/9079-substack>

REFERENCES

1. Kaminskaya T.L. Responsibility for media content and the problem of censoring the communication space of Russia. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(2):96–101. (In Russ.).
2. Freelon D., Marwick A., Kreiss D. False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*. 2020;369(6508):1197–1201. DOI: 10.1126/science.abb2428
3. Azhar A. How the rapid development of technology is changing business, politics and society. Transl. from Eng. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2023. 352 p. (In Russ.).
4. Kurzweil R. *The Singularity Is Near*. N.Y.: Viking; 2005.
5. Nichols T. The death of expertise: how the Internet is killing scientific knowledge. URL: <https://knizhnik.org/tom-nikols/smert-ekspertizy/1> (In Russ.).
6. Shcherbakova N. Substack: a social network in your email. URL: <https://bg.ru/bg/city/social-media/9079-substack> (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Татьяна Леонидовна Каминская — доктор филологических наук, доцент, профессор департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, Финансовый университет, Москва, Россия

Tatyana L. Kaminskaya — Dr. Sci. (Philology), Professor of the Mass Communications and Media Business Department, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-8371-787X>
tilkam1@mail.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 25.04.2023; принята к публикации 15.05.2023.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was received on 25.04.2023; accepted for publication on 15.05.2023.

The author read and approved the final version of the manuscript.