

Особенности модели интернет-коммуникации невзаимозаменяемых токенов для творческих индустрий

Научный руководитель – **Макеенко Михаил Игоревич**

Шиллина Александра Геннадьевна

Кандидат наук

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: alexandrashilina@mail.ru

Невзаимозаменяемые токены (англ. non-fungible tokens, NFTs) - это уникальные или ограниченные в количестве криптографические активы, которые представляют собой цифровые файлы, изображения, аудио, видео, предметы коллекционирования видеоигр и другие творческие продукты. Их появление в 2010-е гг. как цифровой децентрализованной технологии распределенного реестра, технологии блокчейна [1;5], изменяет существующую иерархическую модель интернет-коммуникации [2] креативных индустрий. NFTs создают возможность исключения посредников из процесса коммуникации, позволяя создателям творческого контента, субъектам коммуникации, напрямую связываться со своей аудиторией и монетизировать результаты своего творчества; появилась возможность автоматически выплачивать гонорары творческим работникам, справедливо распределяемые в соответствии с вкладом каждого в творческий процесс. В процессе коммуникации в творческих индустриях теперь отсутствуют квази-субъекты - третьи стороны: крупные дистрибьюторы, лейблы, арт-порталы, ограничивающие ранее права и творческую свободу креаторов [6].

В академической литературе отсутствует анализ NFTs как коммуникативного феномена, что обусловило научный вопрос исследования специфики модели коммуникации NFTs в творческих индустриях. Для ответа на данный вопрос нами исследуется и описывается экосистема NFTs, проводится компаративный анализ существующих на 2020-2021 гг. NFT-платформ, из которых более детально изучаются 6 наиболее посещаемых арт-порталов и музыкальных площадок использующих технологию NFTs. В исследовании применяются следующие методы: метод теоретического моделирования, метод сравнительного анализа, описательный метод.

Проведенный анализ модели коммуникации NFT-платформ показывает, что несмотря на технические различия и специфику, они обладают схожей моделью коммуникации. Так, коммуникация между участниками творческого процесса и аудиторией является прямой и непосредственной. Открытые блокчейны децентрализованы, каждый актер может видеть точное время создания каждого творческого продукта и количество взаимодействий с ним, а также специфику монетизации (доход, процент и т.д.), что делает общение между актерами прямым и потенциально справедливым. Распределенные базы цифровых прав позволяют актерам творческих индустрий взаимодействовать друг с другом и с материалами, охраняемыми авторским правом, а также со всеми собственными метаданными. Актеры-субъекты могут управлять токенизированными правами автоматически с помощью смарт-контрактов и повышать их ценность.

Модель NFTs включает механизмы монетизации, в частности автоматизированного получения авторами-субъектами процента от вторичных продаж, что в традиционном мире искусства невозможно [4;3]. NFT-платформы обеспечивают аудитории как объекту коммуникации интерактивную модель взаимодействия, эксклюзивный контент, более низкие

цены, собственные токены при составлении персонализированных коллекций, пополнении базы данных артистов, площадок или событий и т. д.

Таким образом, в модели коммуникации NFTs в творческих индустриях взаимодействие между субъектами-артистами и объектами-аудиторией происходит напрямую, без посредничества третьих лиц как квази-субъектов, что позволяет зафиксировать изменение традиционной модели и парадигмы интернет-коммуникации как таковой.

Источники и литература

- 1) Casino F., Dasaklis T. K., Patsakis C. (2019) A systematic literature review of blockchain-based applications: Current status, classification and open issues. *Telematics and Informatics*. Vol.36, 55-81.
- 2) Dissanayake W. (1984) Communication Models and Knowledge Dissemination, *Media Asia*, 11:3, 123-128, DOI: 10.1080/01296612.1984.11726150
- 3) Moore, I. (2014) Cultural and Creative Industries Concept – A Historical Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 110. 738-746.
- 4) Potts, J., & Cunningham, S. (2008) Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 233–247.
- 5) Puthal, D., Malik, N., Mohanty, S. P., Kougianos, E., & Das, G. (2018) Everything You wanted to know about the blockchain: Its promise, components, Processes, and Problems. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 7(4), 6–14.
- 6) Shilina S. (2021) The impact of streaming, blockchain, and non-fungible tokens (NFTs) on the communication in the music industry. 'Week of Youth Science' Scientific Collection.