

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2026, №1, Том 10 / 2026, No 1, Vol 10 <https://liberal-journal.ru/issue-1-2026.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/03KLLD126.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Левчик Д. А. Развитие элементов «коммуникативного капитализма» и «сетевого общества» на примере facebook и wechat (сравнительный анализ крупнейших мировых медиаплатформ) / Д. А. Левчик, Е. М. Баженова // Либерально-демократические ценности. — 2026. — Т. 10. — № 1. — URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/03KLLD126.pdf>

For citation:

Levchik D. A., Bazhenova E. M. The development of elements of "communicative capitalism" and "network society" using the example of Facebook and WeChat (comparative analysis of the world's largest media platforms). *Journal of liberal democratic values*. 2026; 10(1): 03KLLD126. Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/03KLLD126.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 316.472.4

Левчик Дмитрий Александрович

Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского, Москва, Россия
доктор исторических наук, профессор кафедры политических процессов и технологий
E-mail: levchik63@rambler.ru

Баженова Екатерина Михайловна

Институт международных отношений и мировой истории
студент бакалавриата
E-mail: maruna99@list.ru

Развитие элементов «коммуникативного капитализма» и «сетевого общества» на примере facebook¹ и wechat (сравнительный анализ крупнейших мировых медиаплатформ)

Аннотация. Цель статьи: анализ развития самых крупных проявлений «коммуникативного капитализма» и основы современного «сетевого общества» - медиаплатформ Facebook² (США) и WeChart (КНР), пользователями которых является больше половины населения Земли. Методы исследования: сравнительный анализ целевых аудиторий медиаплатформ, сравнительный анализ экономических показателей и систем безопасности медиаплатформ, а также показателей удобства работы с медиаплатформами. Полученные результаты: мы пришли к выводу, что современное «сетевое общество» фрагментировано, а «коммуникативный капитализм», укрепившись в США и Китае, развивает свою экспансию в Индию и Юго-Восточную Азию. При этом «сетевое общество» и «коммуникативный капитализм» в КНР гораздо слабее, нежели в США. Нигде в мире не обеспечена защищённость «цифровых вкладчиков» и «цифрового пролетариата». Медиаплатформа WeChat пока не сможет стать серьёзным конкурентом медиаплатформе Facebook³ в мировой системе «коммуникативного капитализма». Эти явления в России будут развиваться также, как и в США, и в КНР. И мы не уверены, что

¹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

² медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

российские медиаплатформы смогут стать для антироссийски настроенной Facebook⁴ серьёзными конкурентами. Опора же на китайские медиаплатформы, которая ситуативно хороша как инструмент преодоления экономических санкций, стратегически для российского «сетевого общества» может стать тоже ошибкой.

Ключевые слова: медиаплатформа; цифровая платформа; цифровизация; цифровая экономика; социальные сети; новые медиа; глобальная экономика

Введение. Современный мир меняется на глазах. При жизни всего одного поколения (большинство социологов считает поколением временной промежуток в 28 лет) в мире началась цифровизация (диджитализация) масс-медиа, своеобразное взаимное «растворение» друг в друге электронных СМИ, практическое их слияние в сфере технологии вещания. Началось вещания радио и телевидения в Сети Интернет, исчезла серьёзная разница для потребителя между радио, телевидением и Интернетом. Почти умерли бумажные СМИ [5, 6, 7]. Бурно развивается мультимедийное искусство, видеоискусство, новая музыка (например, стоп-рок, музыка городских шумов), а также арт-проекты, которые существуют только онлайн. Произошёл настоящий взрыв блогосферы, гражданской журналистики в социальных сетях в Интернете [4,2]. Изменились деньги, появилась криптовалюта, изменилась банковская сфера, появились безофисные управленческие технологии, Семимильными шагами развивается гейм-индустрия и индустрия компьютерного досуга. Всё это было стимулировано самоизоляцией и карантинном во время пандемии коронавируса. А главное - появилась мощная социальная прослойка «новых богатых», новых капиталистов, создавших своё состояние на эксплуатации социальных сетей, блогосферы, интернет-СМИ и цифрового контента. Равно как появилась прослойка интернет-зависимых, психически больных людей.

У растерянных социологов и политологов, которые просто не успевают осмысливать масштабы и скорость перемен наступил глубочайший эвристический кризис, кризис методологии научного исследования, Его пытаются преодолеть, предлагая для объяснения современности разные теории. Перечислю основные: теория о возникновения в современном мире «медиаэкологии», выдвигаемая М.Друкером, теория существования и развития «медиаатизации» [1], теория «сетевого общества», выдвигаемая М.Кастельсом, теория «коммуникативного капитализма», выдвигаемая Дж. Динном, теория появления «ноономики», выдвигаемая С.Бодруновым, теория «сетевой политики», выдвигаемая Л.Акоповым и т.п. Новые теории развития общества посыпались как из рога изобилия [7, 8, 9] . Подчас они дополняют друг друга, но чаще взаимоисключают. На наш взгляд, наиболее обоснованной можно считать версию о формировании в наше время «коммуникативного капитализма» и «сетевого общества». Отметим, что в рамках этих теорий используются термины «цифровой пролетариат» для описания рядовых работников ИТ-индустрии. Можно предложить ещё и термин «цифровые вкладчики» для обозначения мелких инвесторов медиаплатформ. «Сетевым обществом», по мнению авторов термина, является «общество, социальная структура которого преимущественно основана на сетях, которые активизируются новыми информационными технологиями»⁵.

⁴ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁵ Птицына С. С. Теория сетевого общества М. Кастельса: теоретико-социологический анализ // Всероссийский журнал научных публикаций. Социологические науки. 2011. май . <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-setevogo-obschestva-m-kastelsa-teoretikosotsiologicheskii-analiz>

По мнению авторов теории о существовании «коммуникативного капитализма», последний «это экономико-идеологическая формация, при которой происходит конвергенция демократии, капитализма, сетевых технологий и медиа: в новых условиях основные демократические ценности материализуются в сетевых коммуникационных технологиях, поэтому коммуникативный капитализм полагается на эксплуатацию коммуникации. Это вызывает изменения в самом характере сетевой коммуникации: теперь содержание сообщения отходит на второй план, и важным становится лишь сам факт «вклада», сообщения в «циркулирующий поток контента». При этом капитал характеризуется усилением конкуренции и неравенством». Так описывает концепцию коммуникативного капитализма в трудах Дж. Дина российская исследовательница В.В.Шпоть⁶. Описание спорное и очевидно, что без серьёзных эмпирических исследований в области изучения основных проявлений цифровизации современного мира – цифровых платформ, медиаплатформ, – исследователи всерьёз не продвинутся в понимании происходящих изменений. Это, на наш взгляд, одно из самых актуальных направлений для гуманитарных исследований. И очевидно, что надо изучать лидеров цифровизации, а потому предметом нашего исследования является сравнительный анализ двух крупнейших и самых влиятельных в мире медиаплатформ: WeChat и Facebook⁷. WeChat принадлежит корпорации Tencent, а Facebook – корпорации Meta, которая внесена в перечень организаций, причастных к терроризму и экстремизму и запрещена на территории Российской Федерации. Однако запрет для политолога – не повод для отказа от изучения этой медиаплатформы. Более того – в изучении этой организации нам видится особая общественно-политическая актуальность исследования. «Врага надо знать в лицо!» – так говорил две с половиной тысячи лет назад китайский стратег Сунь Цзы.

Сначала оговорим терминологию. Как справедливо отмечает О.В.Красноярова, «одна из дефиниций, которая обнаруживается в первую очередь при простом поиске в информационной системе Google, постулирует следующее: «Медиаплатформа — это совокупность точек размещения любого вида информации в интернете, расположенных на путях определения пользователем конкурентного преимущества при существующей экономической конъюнктуре». Как видим, здесь есть попытка отразить в определении прежде всего технологическую сторону медиаплатформы, которая существует как информационный ресурс, который выбирает интернет-пользователь, выделяя преимущества той или иной медиаплатформы. Иными словами, в данном определении акцентируется роль пользователя. Но это определение нельзя назвать удачным, поскольку в нем не раскрываются функциональные характеристики медиаплатформы, для чего она существует в принципе и как осуществляется технологически» [3, с.46]. Рассуждения О.В.Краснояровой фактически продолжает В.В.Декалов в электронной версии «Большой российской энциклопедии» в своём терминологическом анализе понятия «медиаплатформа». По мнению В.В.Декалова «под платформами часто понимают современные онлайн-площадки, объединяющие людей для какой-либо цели. Этот феномен связан с инновационным развитием глобальной IT-индустрии, трансформирующей традиционные бизнес-модели в промышленности и сфере услуг». В.В.Декалов справедливо отмечает, что «начиная с 1990х годов» «исследователи определяют этот феномен по-разному». «Т. Бреснахэн и Ш. Гринштейн определяли платформы как «набор стандартных компонентов, вокруг которых покупатели и продавцы координируют свои действия» М. Кусумано и А. Гауэр предложили следующее определение платформы: «Базовая технология или набор компонентов, используемых за пределами одной компании и объединяющих несколько сторон для достижения общей

⁶ Шпоть В.В. Коммуникативный капитализм Джоди Дин: Эволюция одной социальной теории // Социология власти, 2021, т.13, № 1. <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnyy-kapitalizm-dzhodi-din-evolyutsiya-odnoy-sotsialnoy-teorii>

⁷ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

цели или решения общей проблемы» Б. Браттон: «основанная на стандартах технико-экономическая система, которая одновременно распределяет интерфейсы посредством их удалённой координации и централизует их комплексное управление посредством той же координации». Канадский политический теоретик Н. Срничек под платформами понимает «цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать»⁸. Мы солидарны с мнениями О.В. Краснойровой и В.В. Декалова о термине «медиаплатформа» и в своём исследовании придерживаемся их интерпретации этого термина.

Цель нашей работы – рассмотреть медиаплатформы WeChat и Facebook⁹ как часть «сетевого общества» и элемент «коммуникативного капитализма», а также выявить причины лидерства медиаплатформ WeChat и Facebook¹⁰ и определить лидерские особенности в работе этих крупнейших мировых медиаплатформ.

Задачи работы заключаются в том, чтобы сравнить:

1. количество пользователей и проанализировать страноведческую разницу в среде пользователей. Это позволит чётче определить целевую аудиторию, на которую нацелены маркетинговые приёмы анализируемых медиаплатформ;
2. экономические показатели медиаплатформ, уровень их доходов. Это – традиционный экономический показатель эффективности работы любой фирмы;
3. системы безопасности медиаплатформ. Как анализируемые медиаплатформы гарантируют безопасность индивидуальных данных потребителей, безопасность «цифровых вкладчиков»? Это является одним из главных показателей клиентоориентированности фирмы;
4. интерфейс WeChat и интерфейс Facebook¹¹. Это является одним из главных показателей удобства работы с медиаплатформой и клиентоориентированности фирмы.

В качестве основы источниковой базы нашего исследования выступают: собственно медиаплатформы (цифровая платформа) WeChat и Facebook¹², официальный сайт разработчика WeChat – группы Tencent. В качестве дополнительных источников использовались данные «Лаборатории Касперского» и сетевого сообщества IT-специалистов «Хабр», а также сайта demandsage.com.

Основная часть.

Медиаплатформа Facebook¹³ опережает медиаплатформу WeChat по количеству пользователей. По имеющимся данным за 2025 год, количество ежемесячных активных пользователей Facebook¹⁴ в мире составляет 3,07 миллиарда, и, по информации того же

⁸ Большая российская энциклопедия <https://bigenc.ru/c/platforma-v-media-80956d>

⁹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹⁰ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹¹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹² медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹³ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹⁴ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

источника, за то же время в мире 1,38 миллиарда человек используют WeChat¹⁵ (см. таблицу 1)

Таблица 1

Топ социальных сетей по количеству активных пользователей в среднем за месяц в 2025 году¹⁶

Facebook ¹⁷	3,07 млрд.
YouTube	2,50 млрд.
WhatsApp	2,00 млрд.
Instagram ¹⁸	2,00 млрд.
TikTok	1,58 млрд.
WeChat	1,36 млрд.
Telegram	900 млн.
Snapchat	800 млн.

Почти 90% пользователей WeChat в 2025 году приходится на КНР и чуть более 10% - на Малайзию (см. таблицу 2).

Таблица 2

Количество пользователей медиаплатформы WeChat в разных странах мира (млн.чел.)¹⁹

Китай	810
Малайзия	12
Индия	10
Россия	9,5
Япония	5,5
Юж.Корея	5,5
США	4
Индонезия	3
Мексика	2,5
Таиланд	2,5
Бразилия	2

В таблице 3 продемонстрировано, в каких странах больше всего пользователей Facebook²⁰.

Таблица 3

¹⁵[Электронный ресурс] <https://www.demandsage.com/wechat-statistics/> и <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>

¹⁶ Источник: [Электронный ресурс] <https://www.demandsage.com>

¹⁷ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹⁸ медиаплатформа Instagram как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

¹⁹ Источник: [Электронный ресурс] <https://www.demandsage.com/wechat-statistics>

²⁰ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

Страны с самой высокой аудиторией Facebook (млн.чел)²¹

Индия	375
США	194,1
Индонезия	117,6
Бразилия	110,9
Мексика	91,5
Филиппины	88,9
Вьетнам	74,6
Бангладеш	55,1
Таиланд	49,4
Пакистан	46,0
Египет	45,9

Важно отметить, что Facebook²² не публикует данные о количестве пользователей по странам и нам приходится полагаться на оценки экспертов. Но и экспертная оценка говорит о том, что эта медиаплатформа ориентирована почти на 40% на англоязычные страны – Индию и США.

Сравнительный анализ показывает, что Facebook²³ популярен больше на территории Америки и Европы, в то время как WeChat популярен больше у жителей Азии. Азиатские потребители – основная целевая группа WeChat.

Таблица 1 показывает, что первую четвёрку лидеров среди медиаплатформ по количеству пользователей за месяц занимают все приложения Meta²⁴, то 5 и 6 места отданы китайским приложениям. Tik-Tok, не является конкурентом WeChat, данное приложение относится к другому типу интернет-ресурсов, поэтому можно смело утверждать, что WeChat является основным конкурентом всего Meta²⁵.

Сравним среднегодовые доходы медиаплатформ. В 2023 году годовой доход Facebook²⁶ составил 134,9 миллиарда долларов, а в первой половине 2024 года общая выручка Meta²⁷ составила 75,53 миллиарда долларов. WeChat, быстро догоняет Facebook²⁸ по доходам. Пик доходов WeChat пришёлся на 2021 год, когда его годовой доход составил 17,49 миллиарда долларов. В 2022 году доход был 16,44 миллиардов долларов. В 2023 году годовой доход WeChat составил 16,38 миллиардов долларов²⁹.

В 2023 году выручка WeChat от покупок в приложении составила 71,39 миллиардов долларов, а на май 2024 года WeChat заработал более 30,33 миллиардов долларов на покупках в приложении, в том числе на WeChat Pay и WeChat mini – programs³⁰. Если рассмотреть

²¹ Источник: [Электронный ресурс] <https://www.demandsage.com/wechat-statistics>)

²² медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²³ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁴ компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁵ компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁶ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁷ компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁸ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

²⁹ [Электронный ресурс] <https://www.demandsage.com/wechat-statistics/> и <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>

³⁰ Там же

доходы Facebook³¹ и WeChat по отношению друг к другу, например, на 2023 год, то доля WeChat составляет примерно 12,13% от дохода Facebook³².

Сравнивая системы безопасности анализируемых медиаплатформ, можно прийти к неутешительному выводу, что обе хуже. Facebook³³ столкнулся с многочисленными скандалами по поводу утечек конфиденциальных данных, а WeChat сплошь и рядом обвиняют в строгой цензуре со стороны китайских властей. При этом WeChat имеет непрозрачную систему безопасности, и является лакомым кусочком для криминальных элементов по краже данных. Однако количество взломов WeChat меньше, чем у Facebook³⁴.

По информации «Лаборатории Касперского» в 2019 году 3 апреля произошла утечка значительного объема данных пользователей социальной сети Facebook³⁵, ставшая доступной в открытом интернете³⁶. На одном из киберпреступных форумов появились сведения о 533 миллионах учетных записей из 106 стран, среди которых менее 10 миллионов принадлежит пользователям из России. В ответ на запросы средств массовой информации представители Facebook³⁷ подтвердили факт утечки данных. Инцидент произошел в инструменте поиска друзей. Данная функция автоматически загружала на серверы социальной сети телефонную книгу пользователя и предлагала добавить найденных контактных лиц в друзья. Позднее было установлено, что этот инструмент позволял переключаться между телефонными номерами и извлекать данные о значительном количестве пользователей.

У WeChat тоже есть истории кражи данных, но не в таком объёме. Так, по данным сетевого сообщества IT-специалистов «Хабр», 3 сентября 2022 года киберпреступная группа известная как Against The West (ATW), заявила о взломе серверов WeChat, утверждая о получении доступа к базам данных пользователей и исходному коду платформ³⁸. Хакеры сообщали о том, что в процессе обработки баз данных WeChat они извлекли более 2 миллиардов записей, содержащих информацию о пользователях, включая данные несовершеннолетних. По их словам, объемы утекших данных варьируются от 34 ГБ до 790 ГБ в зависимости от конкретного типа базы данных. Но многие эксперты рассматривают данную информацию как недостоверную.

В начале 2024 года китайские власти начали расследование в отношении сотрудника холдинга Tencent, Ч. Фэна. Он подозревается в передаче данных пользователей WeChat бывшему чиновнику китайского правительства, С. Лицзюню, который также находится под следствием. Tencent подтвердил факт задержания сотрудника, однако утверждает, что это связано с подозрением в коррупции в личных делах Фэна, а не с его деятельностью в компании.

³¹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³² медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³³ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³⁴ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³⁵ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³⁶ Security Week 14: масштабная утечка данных в Facebook // <https://habr.com/ru/companies/kaspersky/articles/550880/>

³⁷ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

³⁸ Хакеры заявили о взломе TikTok и WeChat и получении доступа к базам данных пользователей и исходным кодам платформ // <https://habr.com/ru/news/686388/>

Все эти события показали уязвимость крупных социальных платформ, которые хранят обширные объемы личной информации пользователей. Взломать можно всё, единственное вопрос как быстро будет замечена и устранена утечка информации.

Сравнивая интерфейс WeChat и интерфейс Facebook³⁹, отметим следующее:

1. Интерфейс WeChat многофункционален. Он объединяет множество функций в одном приложении, включая мессенджер, социальную сеть, платформу для платежей, игры и даже инструменты для бизнеса. Это может создавать ощущение перегруженности интерфейса, так как пользователи могут сталкиваться с большим количеством опций и настроек.

2. Меню и навигация WeChat имеет несколько уровней меню и дополнительных функций, что может затруднять навигацию для новых пользователей. В Facebook⁴⁰ меню также многоуровневое, но его структура более знакома и интуитивно понятна для большинства пользователей.

3. В WeChat для выполнения определенных действий пользователю может потребоваться больше шагов, чем в Facebook⁴¹, где многие функции более универсальны и прямолинейны.

4. Дизайн WeChat может показаться менее современным и более загроможденным по сравнению с чистым и элегантным интерфейсом Facebook, что также влияет на общее восприятие медиаплатформы.

5. WeChat предлагает такие функции, как «минимальные мини-программы», которые могут быть сложными для восприятия и использования, особенно для тех, кто не знаком с концепцией встроенных приложений.

С учетом этих факторов многие пользователи могут находить интерфейс WeChat более сложным в использовании по сравнению с более привычным и простым интерфейсом Facebook⁴².

Выводы:

1. Сравнивая количество пользователей и региональную принадлежность пользователей анализируемых медиаплатформ, мы пришли к выводу, что у WeChat и Facebook⁴³ разные целевые аудитории. Первый нацелен на китайско-малайскую и азиатскую аудиторию, второй на англоязычную и американскую. Наибольшее пересечение интересов этих медиаплатформ наблюдается в индийской аудитории, за которую, вероятно, им предстоит острая конкурентная борьба. Возможно, этот показатель демонстрирует нам, что «сетевое общество» как мировое явление пока фрагментировано и не охватывает весь мир, а существует в англоязычном сегменте Сети и китайскоязычном сегменте Интернета. Этот же показатель демонстрирует, что «коммуникативный капитализм», укрепившись в США и Китае, осуществляет свою экспансию в Индию и Юго-Восточную Азию.

³⁹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁰ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴¹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴² медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴³ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

2. Сравнивая экономические показатели медиаплатформ, мы пришли к выводу о том, на мировом рынке Facebook⁴⁴ очень силен. Он более, чем на 90% эффективнее WeChat. Конечно, последний догоняет его, но «расстояние» пока огромное. Этот показатель позволяет предположить, что «сетевое общество» и «коммуникативный капитализм» в КНР гораздо слабее, нежели в США.

3. Системы безопасности медиаплатформ плохи. Ни одна из них не гарантирует пользователям и «цифровым вкладчикам» полную защиту от утечек личной информации в результате хакерства или промышленного шпионажа. Этот показатель говорит о незащищённости «цифровых вкладчиков» и «цифрового пролетариата».

4. Сравнивая интерфейс WeChat и интерфейс Facebook⁴⁵, мы пришли к выводу о большем функциональном удобстве Facebook⁴⁶, что ещё раз подчёркивает лидирующее положение американских «коммуникативных капиталистов» на мировом рынке и развитость «сетевого общества» в США.

Общий вывод нашего исследования – медиаплатформа WeChat пока не сможет стать серьёзным конкурентом медиаплатформе Facebook⁴⁷ в мировой системе «коммуникативного капитализма», но и на задворки этой системы её «задвинуть» уже невозможно. Кроме того, на анализируемых примерах, мы ясно видим лидерство «коммуникативного капитализма» США и развитость его «сетевого общества». Цель нашего исследования, рассмотреть медиаплатформы WeChat и Facebook⁴⁸ как часть «сетевого общества» и элемент «коммуникативного капитализма», достигнута. Исследовательские задачи решены.

С учётом того, что медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией, её доминирующее положение в мире не может не вызывать серьёзных опасений для России. «Коммуникативный капитализм» и «сетевое общество» в России будут развиваться. Это очевидно. И мы не уверены, что российские медиаплатформы смогут стать для Facebook⁴⁹ серьёзными конкурентами. Опора на китайские медиаплатформы для российского «сетевого общества» может стать тоже ошибкой. Впрочем, для этого утверждения требуются дальнейшие исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорян Д. К. Роль и место программы «Время героев» в системе рекрутирования современной политической элиты России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2025. – № 1. – С. 170–178. – DOI: 10.22394/2079-1690-2025-1-1-170-178.

⁴⁴ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁵ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁶ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁷ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁸ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

⁴⁹ медиаплатформа Facebook как часть компания Meta 21 марта 2022 г. была признана экстремистской организацией на территории РФ

2. Харитонов И. К. Проблемы правового регулирования государственной службы в Российской Федерации // Общество и право. – 2015. – № 2 (52). – С. 40–44.
3. Зыков Д. А., Савин А. А. Правовые основы прохождения государственной гражданской службы в РФ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2023. – № 4. – С. 127–129. – DOI: 10.23672/SAE.2023.27.74.001.
4. Турманов А. В. Равный доступ граждан к государственной службе // Вестник магистратуры. – 2022. – № 3-1 (126). – С. 50–51. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ravnyy-dostup-grazhdan-k-gosudarstvennoy-sluzhbe> (дата обращения: 15.10.2025).
5. Елисеева А. А., Мячин Д. А. Конституционные гарантии права на равный доступ к государственной службе // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2013. – № 3 (47). – С. 58–66.
6. Азарова М. С. Сущность и содержание права на равный доступ граждан к государственной службе // Молодой ученый. – 2022. – № 45 (440). – С. 88–90. – URL: <https://moluch.ru/archive/440/96234> (дата обращения: 15.10.2025).
7. Баландина Н. В., Попова А. А. Право на равный доступ к государственной службе в Российской Федерации: проблемы реализации // Актуальные проблемы современной юридической науки и практики: сб. тр., посвящ. 90-летию основания Астраханского гос. ун-та / отв. ред. И.С. Храмова. – Астрахань: Астраханский гос. ун-т, 2022. – С. 27–31.
8. Сергевнин С. Л. Право на равный доступ к государственной службе в контексте конституционных прав и свобод граждан России // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. – 2011. – Т. 2, № 3 (4). – С. 60–68.
9. Пресняков М. В. Обеспечение конституционного права граждан на равный доступ к государственной службе // Гражданин и право. – 2009. – № 7. – С. 92–96.
10. Паулов П. А., Филиппов Н. А. Право граждан на равный доступ к государственной и муниципальной службе // OPEN INNOVATION: сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 12 апреля 2018 г. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – С. 205–207.

Levchik Dmitry Aleksandrovich

Zhirinovskiy University of World Civilizations, Moscow, Russia

E-mail: levchik63@rambler.ru

Bazhenova Ekaterina Mikhailovna

Institute of International Relations and World History

E-mail: maruna99@list.ru

The development of elements of "communicative capitalism" and "network society" using the example of Facebook and WeChat (comparative analysis of the world's largest media platforms)

Abstract. The purpose of the article is to analyze the development of the largest manifestations of "communicative capitalism" and the foundation of the modern "network society" - the media platforms Facebook (USA) and WeChat (China), which are used by more than half of the world's population. The research methods include a comparative analysis of the target audiences of the media platforms, a comparative analysis of the economic indicators and security systems of the media platforms, as well as a comparative analysis of the usability of the media platforms. The results obtained: we have come to the conclusion that the modern "network society" is fragmented, and "communicative capitalism", having been strengthened in the USA and China, is developing its expansion into India and Southeast Asia. At the same time, "network society" and "communicative capitalism" in the PRC are much weaker than in the USA. No place in the world has provided the security of "digital depositors" and "digital proletariat". The WeChat media platform will not be able to become a serious competitor to the Facebook media platform in the global system of "communicative capitalism" for the time being. These phenomena will develop in Russia in the same way as they do in the United States and China. We are not sure that Russian media platforms will be able to become serious competitors to the anti-Russian Facebook. Relying on Chinese media platforms, which is a good tool for overcoming economic sanctions in the short term, may also be a mistake for the Russian "network society" in the long term.

Keywords: media platform; digital platform; digitalization; digital economy; social networks; new media; global economy