

Financial Times: Prečo sa Facebook stal Meta

- CZ24 News | 3. listopadu 2021



Mark Zuckerberg je presvedčený, že jeho sociálna sieť s veľkosťou 3 miliardy sa musí rozhodne pohnúť, aby zachytila to, čo si myslí, že bude ďalším vývojom internetu © Facebook/Handout cez Reuters

[Hannah Murphy](#) v San Franciscu a [Madhumita Murgia](#) v Londýne OCTOBER 29 2021

Mark Zuckerberg chce byť v popredí toho, čo považuje za ďalší internet, ale môžu používatelia sociálnej siete dôverovať?

Keď Mark Zuckerberg premenoval Facebook na „**Meta**“, odvážne vsadil na svoju víziu budúcnosti: techno-utópiu, kde sú ľudia prepojení a žijú vo virtuálnom vesmíre.

Aj keď sa táto vízia „**metaverza**“ zdá byť ďaleko v budúcnosti, ak je vôbec dosiahnuteľná, Zuckerberg je presvedčený, že jeho sociálna sieť s veľkosťou 3 miliárd, teraz pravdepodobne najkontroverznejšia technologická spoločnosť na svete, sa musí rozhodne pohnúť, aby zachytila to, čo si myslí, ďalší vývoj internetu. „Do konca tohto desaťročia alebo dokonca do polovice dekády by som hádal, že sa dostaneme do bodu, keď naše zariadenia VR (virtuálnej reality) začnú byť jednoznačne lepšie pre takmer každý prípad použitia ako sú naše notebooky a počítače,“ povedal v rozhovore pre technický bulletin Stratechery.

Vo štvrtok Zuckerberg naznačil svoj zámer premenovaním a reštrukturalizáciou Facebooku. Hlavné podniky sociálnych sietí sa stanú jednou polovicou Meta, zatiaľ čo Reality Labs, divízia venovaná

metaverzu, bude druhou jednotkou s investíciami vo výške 10 miliárd dolárov v roku 2022 a zdvojnásobením pracovnej sily na 20 000 inžinierov.

Oznámenie poskytlo Facebooku, teraz Meta, rozhodujúce prvé prvenstvo v pretekoch o vybudovanie obohateného online sveta, no zároveň vyvoláva významné otázky o budúcnosti jeho obchodného modelu, ako aj obavy, či vzhľadom na jeho rekord môžu jeho používatelia si byť istý ich súkromím a bezpečnosťou. Facebook nie je jediným technologickým gigantom, ktorý si nárokuje metavesmír. Predpokladá sa, že najmä Apple pracuje na zariadeniach s rozšírenou a virtuálnou realitou.

Ale pre Zuckerberga neúspech byť v centre svetového prechodu na smartfóny ho motivovalo byť v popredí toho, čo si myslí, že bude ďalším veľkým posunom. Kritici sa sťažovali, že tento krok je včasným pokusom Zuckerberga dištancovať Facebook od jeho poslednej vlny škandálov po tom, čo informátorka Frances Haugenová prepustila množstvo interných dokumentov regulačným orgánom a novinárom, čím zdôraznila jeho boj o samoreguláciu. Ale v rozhovoroch Zuckerberg povedal, že posun bol starostlivo naplánovaný najmenej šesť mesiacov a nebol pokusom odkloniť sa od toho, čo kritici tvrdia, že je čoraz toxickejšia značka.



Zuckerberg hovorí so svojím avatarom v metaverze počas konferencie o virtuálnej a rozšírenej realite vysielanej naživo, aby oznámil zmenu značky Facebooku na Meta © Facebook/Handout prostredníctvom agentúry Reuters

Namiesto toho, strategicky vykonaná mediálna operácia videla, že Zuckerberg začiatkom tohto roka opakovane diskutoval o metaverze, predstavil tento koncept mimo herných kruhov predtým, ako pevne postavil svoj nárok na priestor tým, že prijal Meta ako názov svojej spoločnosti. „Momentálne je naša značka tak úzko spojená s jedným produktom [Facebook], že nemôže predstavovať všetko, čo robíme dnes, nieto ešte v budúcnosti,“ uviedol v otvorenom liste . „Metaverzum je ďalšou hranicou.“

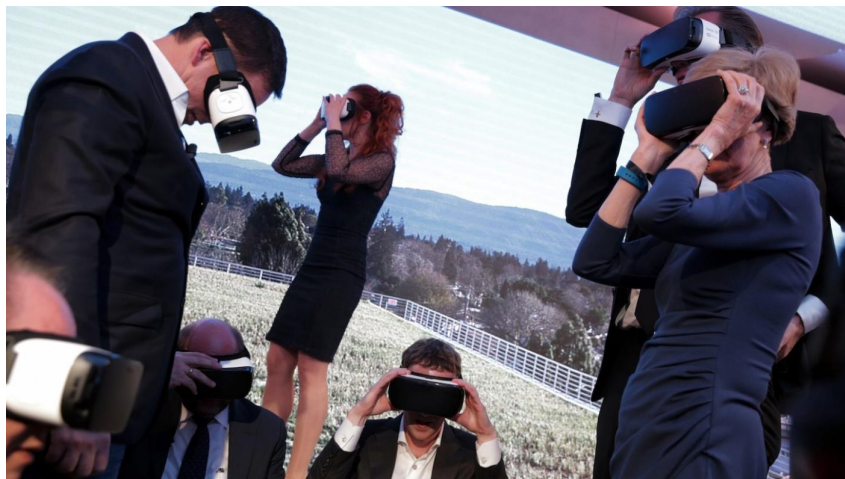
V pondelok v telefonáte s analytikmi spoločnosť uviedla, že v roku 2022 vynaloží na metaverzu 10 miliárd dolárov a že tieto prevádzkové náklady v budúcich rokoch porastú. Facebook má už 10 000 ľudí, ktorí na projekte pracujú a hľadá ďalších 10 000 v Európe.

Plány má na starosti Andrew „Boz“ Bosworth, jeden z prvých zamestnancov Facebooku, ktorý sa tiež nedávno stal technologickým riaditeľom celej skupiny. Vishal Shah, bývalý produktový šéf Instagramu, tiež pracuje na metaverze, ale nie je jasné, koľko ďalších vedúcich pracovníkov sa presunie.

Neil Campling, technologický analytik v Mirabaud Securities, uviedol, že nový segment stratí v tomto roku odhadom 7 miliárd dolárov a že straty budú „pravdepodobne vyššie v budúcom roku“. Ale rozdelením jednotky vo svojich príjmoch Facebook tiež ukázal, „že samotný rozsah týchto investícií je výrazne vyšší ako u ktorejkoľvek inej spoločnosti v tejto oblasti,“ dodal.

Poukázal na to, že zatiaľ čo niektoré spoločnosti sa zameriavali výlučne na hardvérový segment metaverza a iné ako Epic Games a Roblox na softvér, „všezahrňajúci platformový prístup“ Facebooku bol navrhnutý tak, aby bol miestom, kde môžu používatelia „stráviť celý svoj digitálny život.“

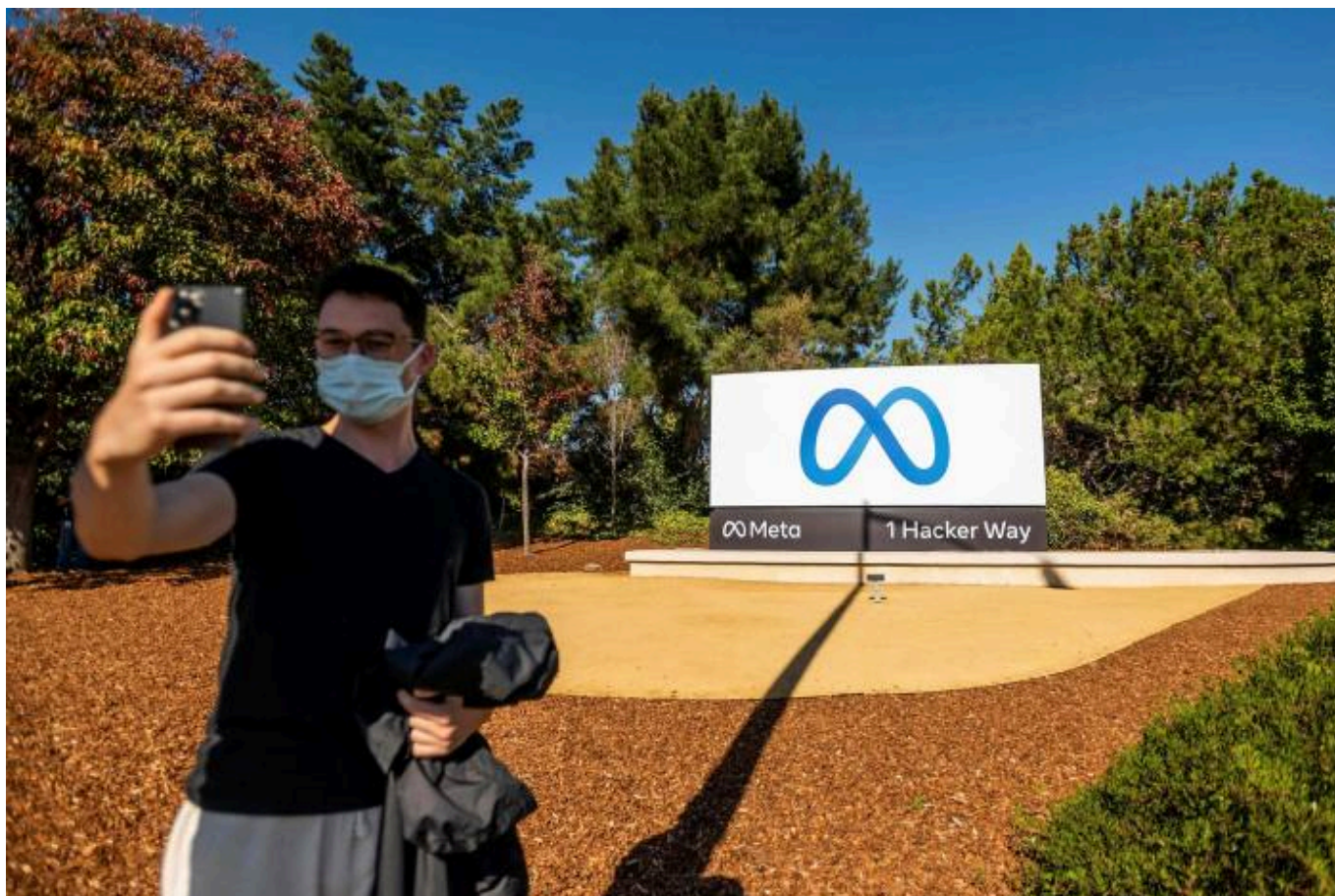
Investori tiež privítali rozdelenie výnosov z Reality Labs od ostatných podnikov sociálnych médií, medzi ktoré patria aj WhatsApp a Instagram. „[Dáva] investorom väčšiu jasnosť o tom, ako sa iniciatíva vyvíja. Google to urobil so službou YouTube a pomohol investorom lepšie pochopiť príbeh,“ povedal Brent Thill, softvérový a internetový analytik Jefferies.



Ak budú Zuckerbergove veľkolepé plány úspešné, potenciálnymi ziskami nie sú len miliardy dolárov z príjmov z reklamy, ale aj rozmáhajúci sa obchod s online nakupovaním. Povedal, že má v úmysle podporovať alternatívnu digitálnu ekonomiku - kde si používatelia môžu kupovať digitálne predmety, ako je umenie alebo oblečenie, ktoré si môžu vziať so sebou, keď sa teleportujú z vesmíru do vesmíru - keďže nezameniteľné tokeny získavajú čoraz väčšiu popularitu.

Vo štvrtok potvrdil, že kryptomeny a NFT budú nevyhnutne zohrávať úlohu v tomto zdieľanom svete. Ale dostať sa tam bude plné výziev. Zuckerberg zistil, že Oculus, obchod s náhlavnými súpravami pre virtuálnu realitu, ktorý kúpil za 2 miliardy dolárov v roku 2014, bol tvrdší predaj, než sa očakávalo, pretože virtuálna realita sa medzi nehráčmi presadila len postupne.

Kľúčom k budúcnosti Meta bude presvedčanie používateľov o hodnote jej sociálnych, neherných skúseností, ale aj prilákanie marketérov k platforme napriek zjazvenej povesti Facebooku, povedal Brian Wieser, globálny prezident Business Intelligence v GroupM. Začiatkom tohto roka prvý partner Facebooku pre reklamu vo svojej náhlavnej súprave Oculus, strieľačka Blaston, odstúpil od iniciatívy po necelom týždni po odpore hernej komunity v súvislosti so zavádzaním reklám do zážitku z náhlavnej súpravy.



Nové logo Meta mimo sídla Facebooku v Menlo Park v Kalifornii © Noah Berger/AFP cez Getty

„Reálne budete potrebovať maloobchodné partnerstvá – spoločnosti, ktoré sa cítia dobre pri práci s Facebookom,“ povedal Wieser a dodal, že spoločnosť môže mať problém prilákať aj top talenty na rovnakom základe. Iniciatíva zatiaľ získala zmiešané reakcie od vývojárov, najmä tých, ktorí sú zapojení do krypto a NFT priestoru. „Buďte menej cynickí a uvedomte si, že dnes sa svet posunul na svojej osi.“

Metaverza je úplne nová vrstva HDP a má nekonečné možnosti, bez ohľadu na to, ktorý metaverzný zážitok si vyberiete,“ uviedol na Twitteri Raoul Pal, bývalý manažér hedgeového fondu, krypto nadšenec a spoluzakladateľ a výkonný riaditeľ Real Vision Group. Ale Evan Greer, riaditeľ Fight for the Future, varoval, že Zuckerberg bol „kooptovať“ metaverse a „pokusu spevniť jeho zovretia o budúcnosti ľudskej pozornosti a interakcie“.

Projekt už tiež priťahuje kritiku zo strany akademikov a expertov, ktorí sa obávajú, že prinesie veľké problémy so súkromím a bezpečnosťou v čase, keď sa Facebook vníma ako problém s kontrolou svojej existujúcej platformy. Aj keď sa Facebook zaviazal, že „súkromie a bezpečnosť musia byť zabudované do metaverza od prvého dňa“, zostáva nejasné, ako bude spoločnosť moderovať otvorený a interoperabilný systém a či používatelia budú môcť mať jednu alebo viacero virtuálnych identít. V každom prípade bude pod tlakom, aby bolo možné zaručiť bezpečnosť online, najmä pre mladších používateľov, pred predátormi, obťažovaním a iným škodlivým obsahom.

Existujú tiež nezodpovedané otázky o nových typoch používateľských údajov, ktoré to bude generovať, ako budú zapojené do reklamného stroja Meta a ako budú zabezpečené. To môže zahŕňať informácie získané zo sledovania očí a rúk používateľov, ako aj biometrické údaje na vytvorenie presvedčivých avatarov. „Virtuálna realita je o vytváraní a vlastníctve identít, ktoré presahujú zariadenia a priestory,“ povedal Gus Hosein, výkonný riaditeľ Privacy International.

Ak je vaša identita, ktorú vám priniesla jedna spoločnosť, tá, ktorú používate na navigáciu na internete budúcnosti, táto spoločnosť bude držať všetky karty.“ Ellyse Dick, analytička v think-tanku nadácie Information Technology and Innovation Foundation, uviedla, že regulačné orgány musia začať zvažovať pravidlá pre metaverze už teraz, po desaťročiach reakcie na problémy na internete.

Medzi chýlostivými otázkami, ktoré treba vyriešiť, vymenovala, ako správne moderovať virtuálne priestory a ako zabezpečiť, aby rozšírená a virtuálna realita posilňovala ľudí, a nie prehľbovala nerovnosti. „Meta zaobchádza so svetom ako so slobodným digitálnym majetkom, zdrojom pre podnikovú extrakciu, dohľad a komercializáciu,“ dodala Julia Powles, docentka práva a technológie na univerzite v Západnej Austrálii. „Obhajujeme, že tejto špekulácii musí predchádzať: štátne povolenie, licencia, poplatok alebo daň.“

ZDROJ: <https://www.ft.com/madhumita-murgia>

AUTOR: M. Murgia, H.Murphy

PŘEKLAD/PUBLIKOVAL: podtatransky-kurier.sk