

Моей любимой Энни

Если столько уже сделано, — восклицала душа Франкенштейна, — я сделаю больше, много больше; идя по проложенному пути, я вступлю затем на новый, открою неизведанные еще силы и приобщу человечество к глубочайшим тайнам природы.

Мэри Шелли. Франкенштейн, 1818¹

Это должно было быть шуткой. Все это должно было быть шуткой.

Почему это стало таким реальным?

Логан Пол. Мы нашли мертвое тело
в японском лесу самоубийц,
YouTube, 2017

¹ Русский перевод по книге «Франкенштейн: Антология». СПб. : Азбука, 2012. — *Прим. ред.*

Оглавление

Пролог. 15 марта 2019 года 11

Часть I

Глава 1. Обычные люди 27

Глава 2. Сырой и бессистемный 44

Глава 3. Два короля 64

Глава 4. Штурмовики 81

Глава 5. Компания клоунов 94

Глава 6. Бард из Google 114

Глава 7. Педаль в пол 128

Часть II

Глава 8. Алмазная фабрика 147

Глава 9. Воины-ботаники 160

Глава 10. Кайтсерфинг-ТВ 170

Глава 11. Смотрите сейчас 188

Глава 12. Это ускорит движение лодки? 202

Глава 13. Сыграем 216

Глава 14. Пасхальные яйца с сюрпризом 228

Глава 15. Пять семей 242

Глава 16. Откиньтесь назад 258

Глава 17. Мать Google 269

Часть III

Глава 18. Вниз по трубе	285
Глава 19. Правдивые новости	300
Глава 20. Неверие	313
Глава 21. Мальчик и его игрушка	324
Глава 22. Центр внимания	338
Глава 23. Шутка, угроза, очевидность	354
Глава 24. Вечеринка окончена	371
Глава 25. Рекламный апокалипсис	384
Глава 26. Подкрепление	396
Глава 27. «Эльзагейт»	414
Глава 28. Злоумышленники	432
Глава 29. Черри-авеню, 901	450
Глава 30. Вскипятить океан	458
Глава 31. Инструменты мастера	480

Часть IV

Глава 32. «Румба»	497
Глава 33. Какой YouTube?	514
Эпилог	531
Благодарности	553
Об источниках	557

ПРОЛОГ

15 марта 2019 года

Солнечным пятничным днем в Крайстчёрче, Новая Зеландия, Хаджи-Дауд Наби — дедушка с густой белой бородой и широкой улыбкой — открыл дверь молодому человеку, который должен был стать его убийцей. Наби стоял у входа в мечеть. Когда парень приблизился, старик подумал, что тот пришел на молитву, и радушно произнес: «Приветствую, брат мой!»

Перед появлением в мечети молодой человек отправил электронное письмо с темой «О сегодняшней террористической атаке в Новой Зеландии». Текст начинался с признания: «Это я был тем партизаном, который устроил теракт», — и включал длинный манифест. Письмо попало в почтовые ящики редакторов национальных газет и телевизионных продюсеров, профессионалов, которые решали, что нужно транслировать на весь мир. Это сообщение было отклонено как спам или бред сумасшедшего.

Затем посыпались звонки. Стрельба рядом с Хагли-парком в Крайстчёрче слышалась отовсюду. В двух мечетях по обе стороны от пышной зелени парка лежали безжизненные окровавленные тела. По меньшей мере 50 погибших, включая трехлетнего ребенка и Наби. Журналистка Кирсти Джонстон, прибывшая на место происшествия, видела только трупы;

на улице выжившие, многие из них в крови, отчаянно махали проезжающим такси, чтобы те помогли им добраться в больницу. Джонстон выросла в этом спокойном островном государстве, где полицейские обычно не носили оружия, а о насилии и ненависти узнавали из новостей. (Это происходило за океаном. Не здесь.)

Но нация изменилась, и новости тоже. Вскоре все узнали, что террорист, 28-летний белый мужчина, прикрепил к телу камеру и 17 минут транслировал свои бесчинства в Интернете. И вот те же самые редакторы газет и телевизионные продюсеры просматривали его видеозапись и манифест в поисках каких-либо зацепок, пытаясь расследовать самую серьезную массовую стрельбу в истории страны. Они пробирались сквозь загадочные отсылки к сербской политике, военным конфликтам XVI века и интернет-субкультурам. Осмысленного там было мало. Но одна деталь была узнаваема — имя звезды YouTube. «Помните, ребята, — сказал террорист на экране за мгновение до того, как открыть огонь. — Подписывайтесь на Пьюдипая».

• • •

За несколько дней до этого на другой стороне земного шара сотрудники видеохостинга YouTube купались в гигантском бассейне с подогревом. Как обычно, они прибыли на курорт на заказных автобусах. Их везли с юга на север, через Сан-Франциско и Беркли, через фешенебельные города и пригороды, через лесистые парки с высокими секвойями, в самое сердце винодельческой страны Калифорнии, держа курс на Индиан-Спрингс, в причудливый отель, расположенный на вершине природного горячего источника в Калистоге. Город был основан в 1859 году первым миллионером Калифорнии — человеком, который разбогател за счет того, что пропагандировал золотую лихорадку перед всеми, кто готов был слушать.

Менеджер YouTube Клэр Стэплтон распаковала чемодан в гостиничном коттедже. Она уже бесчисленное количество раз организовывала подобные корпоративные выходные на курорте. Этот выезд был устроен только для сотрудников отдела маркетинга YouTube — тех людей, которые отвечают за поддержание публичного имиджа канала, за его бренд. Поездка стала для Стэплтон последней в своем роде; тогда она не знала этого наверняка, но подозревала.

Клэр Стэплтон была светлокожей, с темно-каштановыми, почти черными волосами. Обычно беззаботная, она могла выглядеть суровой, как на той фотографии, которая за четыре месяца до этого появилась в *The New York Times*²: там она стоит в торжественном черном костюме с высоким воротником, настоящее лицо протестов в Кремниевой долине. Разместившись в курортном коттедже, Стэплтон вышла прогуляться: она прошла мимо открытого фонтана, прекрасного сада с решетками и площадки для медитации к небольшим смежным конференц-залам, которые назывались «Река и Отражение».

Ночевка в том отеле для бизнес-групп обходилась примерно в 350 долларов за номер. Это не проблема для видеохостинга, который в предыдущем году заработал более 11 миллиардов долларов с продаж. Правда, гости зарегистрировались под именем другой корпорации — Google, материнской компании, которая владеет YouTube с 2006 года. Объем продаж Google в 2018 году превысил 136 миллиардов долларов. И все же технологический Голиаф старался быть осторожным со своим богатством. Финансовый директор пришел с Уолл-стрит и воровал гроши в компаниях, известных свободным отношением к деньгам. Кроме того, через два года после прихода Трампа

² Farhad Manjoo, “Why the Google Walkout Was a Watershed Moment in Tech”, *The New York Times*, November 8, 2018, <https://www.nytimes.com/2018/11/07/technology/google-walkout-watershed-tech.html>. — *Здесь и далее примечания автора, если не указано иное.*

к власти в Америке компания Google и ее коллеги из Кремниевой долины, привыкшие к славе новаторов и труда, внезапно обнаружили, что их поносят как жадных, безответственных и слишком могущественных. Их стали называть *истеблишментом*. Даже некоторые из собственных сотрудников Google начали воспринимать компанию в таком свете.

Чтобы сбить волну нежелательного внимания, Google теперь проводила меньше корпоративов в роскошных эксклюзивных местах. Индиан-Спрингс отличался идеальным минимализмом. Двухэтажное поместье в стиле испанских миссионеров снаружи выглядело как простой мотель 1950-х годов, но внутри ощущались тонкие нотки роскоши: органические шампуни, системы очистки воды Be Well и искусственные каминные. Курорту каким-то чудом удалось направить воду из горячих источников в элегантный, успокаивающий бассейн олимпийского размера.

Стэплтон и ее коллеги собирались повеселиться. У них за плечами был напряженный год или два. Все знали, что у Google одни из самых счастливых сотрудников на Земле. Тем не менее регулярный опрос удовлетворенности персонала, называемый Googlegeist, недавно показал тревожные результаты³: все больше сотрудников сообщали о снижении доверия к руководству и приоритетам компании, и почти половина чувствовала, что их заработная плата перестала быть образцом «справедливости и равноправия». Той осенью Стэплтон возглавила протест тысяч сотрудников против принятых в Google методов ухода от обвинений в сексуальных домогательствах. В компании давно была налажена система сигнализации для ее обширной компьютерной сети. «Желтый код» означал, что программисты

³ Ellen Huet and Mark Bergen, "Google Talent Advantage Erodes as More Workers Doubt CEO Vision", *Bloomberg*, February 1, 2019, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-02-01/google-talent-advantage-erodes-as-more-workers-doubt-ceo-vision>.

должны работать сверхурочно, чтобы устранить какой-нибудь недостаток или баг. «Оранжевый код» — близость чрезвычайной ситуации. «Красный код» появлялся, когда переставала работать поисковая страница Google или ее служба электронной почты. *Исправьте это сейчас же!* Компания распространила эту систему сигнализации на нетехнические вопросы, такие как уровень удовлетворенности персонала.

Нынешнему выезду YouTube в Индиан-Спрингс был неофициально присвоен⁴ «Красный код благополучия».

Маркетинговая команда Стэплтон ездила в город на дегустацию вин и брала уроки приготовления пиццы. Они прогуливались по ухоженному саду из агавы и вокруг пруда с Буддой; поджаривали зефир на открытом костре; практиковали уход за телом; выпивали. Сотрудники YouTube заказывали угощение в уютном кафе Chaise Lounge и располагались в тени ретротентов в сине-белую полоску. У входа в бассейн над старомодными часами развевался большой американский флаг с надписью Pepsi-Cola. В рекламных буклетах отеля Индиан-Спрингс этот дизайн назывался «Старый Голливуд»; вот она, поэтическая ирония, специально для гостей из YouTube, компании, которая позаимствовала почти все голливудское «старье»: студии, агентов, ухоженных звезд, платные развлечения — и пустила все это на ветер.

Переступив порог зала «Река и Отражение», Стэплтон присоединилась к обязательному просмотру видеоролика на YouTube. Все они видели его раньше. Но кто-то вытащил его в Интернет и нажал на треугольную кнопку воспроизведения.

⁴ Интервью с Клэр Стэплтон и несколькими анонимными сотрудниками YouTube. Представитель YouTube сказал, что это было «обычным ежегодным выездным мероприятием».

YouTube: «Миссия нашего бренда»⁵. 22 июня 2017 года. 1:48

В начале ролика мы видим маленького мальчика в своей спальне, слишком очаровательного со своей слишком большой электрогитарой. В следующем кадре — другого ребенка, пасущего овец где-то в Азии; затем плачущую женщину; мужчину, выполняющего прыжок на скейтборде. «Посмотрите на эти моменты, — начинает женский голос за кадром. — Все эти истории. Секреты. Откровения. Со всех уголков мира». Это нарезка вдохновляющих кадров с YouTube. Младенцы, спортсмены, случайные проявления доброты, женщина в хиджабе, танцоры, групповые обнимашки, еще больше крикунов. «Это самый редкий, самый чистый, самый нефiltroванный портрет того, кто мы есть как народ, — говорит диктор. — Вот что происходит, когда вы даете каждому слово, шанс быть услышанным, сцену, на которой можно проявить себя».

Видео завершается знакомым текстом, отражающим миссию бренда YouTube: «Дайте каждому слово, покажите всем мир». Как странно, подумала Стэплтон. В мире столько изменилось с тех пор, как в 2017 году ее команда впервые сделала этот мотивационный ролик. Столько изменилось на YouTube. С тех пор Стэплтон участвовала в бесчисленных разговорах о пересмотре миссии бренда, и все по-прежнему крутили одно и то же старое видео. Она держала эти мысли при себе.

Через 14 лет после основания видеохостинг YouTube.com все еще был чудом современного мира. Менее чем за два десятилетия молниеносное интернет-телевидение по запросу превратилось из чего-то невозможного в простой факт жизни. YouTube стал местом для бесплатного просмотра

⁵ На каждом видео YouTube показывает длительность, отметку времени.

движущихся картинок онлайн. «Видеоподмостки Интернета», — назвал его один сотрудник. Каждый месяц на сайт заходили более двух миллиардов человек, что делало YouTube вторым по посещаемости в мире (после Google). Это также была вторая по популярности поисковая система в мире (после Google). К середине 2019 года около 1,7 миллиарда человек⁶ — более трети мирового интернет-населения — ежедневно заходили на YouTube. Они использовали его для развлечения и обучения. Опросы показывали, что четверть американцев смотрят на YouTube новости, и в целом его посещаемость выше, чем у других социальных сетей. Целое поколение детей отказалось от телевидения в пользу YouTube. Во многих странах он заменил телевидение. Он по-своему изобрел таблоиды для супермаркетов и инструкции по эксплуатации. В некоторых уголках Кремниевой долины футуристы воображали, что YouTube заменит университетских профессоров и врачей.

К тому же, в отличие практически от любого другого веб-сайта, открытого для широких масс, YouTube платил своим авторам. Это новшество породило целую креативную индустрию, плеяду стабильных исполнителей, личностей, артистов, влиятельных лиц, инструкторов, а также франшизы, новые средства массовой информации, такие же революционные, как радио и телевидение — и все это лишь за несколько лет. YouTube сделал всех вещателями. YouTube подарил нам Gangnam Style, Чарли, кусающего палец, Маленькую Акулу, йогу с Адриен, обед с Мо, профессиональных игроков в Minecraft. Разливанное море огромных талантов, которые старые СМИ игнорировали или упускали из виду. Тысячи микростар, которых вы, возможно, и не знаете, но зато знают миллионы юных фанатов,

⁶ Эти цифры получены от бывшего сотрудника, знакомого со статистикой. Представитель YouTube отказался их комментировать.

наблюдая за ними с пылом, которого никогда не проявляли к звездам кино или телевидения.

YouTube был создан в тот же период, что и множество ярких потребительских интернет-выскачков, и пережил почти всех. Ни одна компания так сильно не повлияла на создание той экономики онлайн-внимания, в которой мы все живем сегодня. YouTube начал платить людям за видео, когда Facebook* еще была сайтом для флирта в общежитиях, когда Twitter был увлечением технарей, а до появления TikTok оставалось долгих десять лет. Все эти компании заимствовали у Google философию — «чем больше информации в Интернете, тем лучше» — и бизнес-модель: предоставляйте бесплатный сервис как можно большему количеству людей и используйте их клики, привычки и данные для продажи рекламы. Влиятельные люди, подростки-миллионеры, фальшивые новости, интернет-зависимость, мошенники — все эти грязные чудеса и беды социальных сетей зарождались на Google и YouTube. «Google создала колесо, — сказал один ветеран Google. — Все прочие интернет-компании его скопировали».

Видеохостинг YouTube был надежным, как водопровод, и объемным, как океан. Перед выездом в Индиан-Спрингс компания обнародовала непостижимую статистику: каждую минуту на ее сайт загружалось 450 часов видеоматериалов. Представьте себе самый длинный фильм, который вы когда-либо видели. Может быть, «Властелин колец». Теперь представьте, что вы смотрите его сто раз подряд — и вы все еще не досмотрели весь отснятый материал, добавляемый на YouTube каждые шестьдесят секунд. С 2016 года люди просматривали там более миллиарда часов видео каждый божий день. Разум цепенеет. Хотите видео на любую мыслимую тему? Вероятно, оно там есть. Введите, введите, нажмите. Ставьте лайк, комментируйте, подписывайтесь.

* Принадлежит организации Meta, которая признана экстремистской и запрещена на территории РФ.