

Пролог

Любой ценой

Больше всего, по словам одного из бывших руководителей Facebook, Марка Цукерберга пугают три возможных сценария: что его сайт будет взломан, что его сотрудники физически пострадают и что однажды законодательные органы разрушат его социальную сеть.

В 14:30 9 декабря 2020 года этот третий возможный сценарий превратился в непосредственную угрозу. Федеральная торговая комиссия США (ФТК) и почти все штаты страны подали в суд на Facebook за причинение вреда своим пользователям и конкурентам и попытались ликвидировать компанию.

На экранах десятков миллионов смартфонов замелькали оповещения с «молнией». CNN и CNBC прервали программы передач, чтобы сообщить важную новость. Газеты Wall Street Journal и The New York Times разместили баннерные заголовки на главных страницах своих сайтов.

Несколько минут спустя генеральный прокурор штата Нью-Йорк Летиция Джеймс¹, чей офис координировал работу двухпартийной коалиции, состоящей из сорока восьми генеральных прокуроров,

провела пресс-конференцию, на которой изложила суть дела, ставшего самым серьезным наступлением правительства на бизнес со времен распада AT&T в 1984 году. Она фактически обвиняла Facebook по многим статьям, затрагивающим всю историю существования компании², и ее лидеров: Марка Цукерберга и Шерил Сэндберг

«Здесь вся история с самого начала, с момента создания Facebook в Гарвардском университете», — сказала Джеймс. В течение многих лет Facebook применяла беспощадную стратегию «покупай или убивай», чтобы избавляться от конкурентов. В результате была создана мощная монополия, которая нанесла много вреда. Она злоупотребила неприкосновенностью частной жизни своих пользователей и вызвала эпидемию токсичного и вредного контента, охватившую три миллиарда человек. «Используя огромные финансовые и информационные ресурсы, Facebook раздавила или потеснила все, что воспринимала как потенциальную угрозу, — сказала Джеймс. — Они сократили выбор для потребителей, задушили инновации и поставили под удар конфиденциальность личной жизни миллионов американцев».

Марк Цукерберг, которого более ста раз упоминали в исках по имени, был представлен как основатель компании, нарушивший правила и добившийся успеха с помощью травли и обмана. «Если кто-то ступал на территорию Facebook или отказывался продать свой бизнес, несмотря на оказанное давление, Цукерберг включал “режим уничтожения”, обрушивая на него “гнев Марка”», — написала генеральный прокурор, цитируя имейлы конкурентов и инвесторов. Глава Facebook так боялся проиграть соперникам, что «стремился уничтожить их или помешать им, вместо того чтобы превзойти конкурентов технически или инновационно». Он шпионил за ними и нарушал обязательства перед основателями компаний Instagram и WhatsApp вскоре после приобретения этих стартапов, как утверждалось далее в исках штатов.

Все это время рядом с Цукербергом была Шерил Сэндберг, бывший руководитель Google, которая превратила его технологию в мощный источник прибыли, используя для этого инновационный и вре-

доносный рекламный бизнес, «наблюдающий» за пользователями ради получения их личных данных. Рекламный бизнес Facebook был основан на опасном цикле обратной связи: чем больше времени пользователи проводили на сайте, тем больше данных получала компания. Бесплатный доступ к сервису служил приманкой, но его потребители несли огромные потери иного рода. «Пользователи не платят за использование Facebook. Вместо этого они обменивают свое время, внимание и персональные данные на доступ к услугам соцсети», — утверждалось в иске от штатов.

Это была бизнес-стратегия «роста любой ценой», и Сэндберг была лучшим специалистом отрасли по масштабированию этой модели. Прекрасно организованная, способная к аналитическому мышлению, трудолюбивая и обладающая превосходными навыками межличностной коммуникации, она стала идеальным соратником для Цукерберга. Сэндберг курировала все направления и отделы, которые были неинтересны ему: политика и коммуникации, юридический отдел, кадры и генерация прибыли. Годы обучения ораторскому мастерству и усилия политических консультантов, тщательно разработавших ее публичный образ, помогли ей стать благопристойным лицом Facebook в глазах инвесторов и публики, отвлекая внимание от основной проблемы.

«Все дело в бизнес-модели, — сказал в интервью один из чиновников. — Прототип поведенческой рекламы Сэндберг обращался с личными данными людей как с финансовыми инструментами, которыми торгуют на рынках, вроде фьючерсов на кукурузу или свиную грудинку». «Ее работа похожа на заразную болезнь, — добавил чиновник, повторяя слова академика и активистки Шошаны Зубофф, которая годом ранее отметила, что Сэндберг сыграла роль «Тифозной Мэри, когда согласилась на роль правой руки Марка Цукерберга и принесла с собой из Google в Facebook капитализм слежки»³.

В условиях слабой конкуренции, когда некому было заставить руководство заботиться о благополучии своих клиентов, произошел «рост количества ложной информации и насильственного или иного неже-

лательного контента в рамках Facebook», — говорилось в заявлении генеральных прокуроров. «Даже наблюдая такие серьезные нарушения, как российская кампания по дезинформации и скандал с конфиденциальностью данных с участием Cambridge Analytica, пользователи не покидали сайт, потому что альтернатив практически не было», — утверждали регулирующие органы. «Вместо того чтобы конкурировать по критериям качества, Facebook использовала свои возможности для подавления конкуренции, чтобы потом злоупотребить доверием пользователей и заработать миллиарды, превратив их личные данные в дойную корову», — лаконично резюмировала Джеймс.

Когда Федеральная торговая комиссия и штаты начали свой знаковый иск против Facebook, мы близились к завершению нашего собственного расследования о компании, основанного на свидетельствах за последние пятнадцать лет, позволивших нам взглянуть на компанию изнутри. В книгах и фильмах представлено несколько версий истории Facebook. Несмотря на то что их имена известны практически каждому, Цукерберг и Сэндберг остаются загадками для публики, и на то есть веские причины. Они яростно защищают культивируемые ими образы: он — мечтатель из мира технологий и филантроп; она — феминистка и кумир в мире бизнеса. И вся закулисная деятельность МПК, как сокращенно сотрудники называют штаб-квартиру в городе Менло-Парк, словно крепостным рвом, окружена верными соратниками и овеяна культурой секретности.

Многие считают Facebook компанией, которая сбилась с пути истинного: классическая история о чудовище Франкенштейна, которое вырвалось из-под контроля своего создателя. Нам так не кажется. Мы убеждены, что, встретившись на рождественской вечеринке в декабре 2007 года⁴, Цукерберг и Сэндберг увидели потенциал для превращения компании в глобальную силу, которой она является сегодня. Объединив усилия, они методично построили бизнес-модель, рост которой невозможно остановить; бизнес-модель с выручкой в 85,9 млрд долларов в 2020 году⁵, рыночной стоимостью в 800 млрд долларов и полностью продуманной схемой.

Мы решили сосредоточить свое внимание на пятилетнем периоде, начиная с одних выборов в США и заканчивая другими, в течение которого были выявлены как неспособность компании защитить своих пользователей, так и ее уязвимости в качестве мощной глобальной платформы. Все проблемы, попавшие в основу того, что сегодня представляет собой Facebook, вышли в этот период на первый план.

Было бы слишком просто сказать, что история Facebook — это история алгоритма, в котором что-то пошло не так. Правда гораздо сложнее.