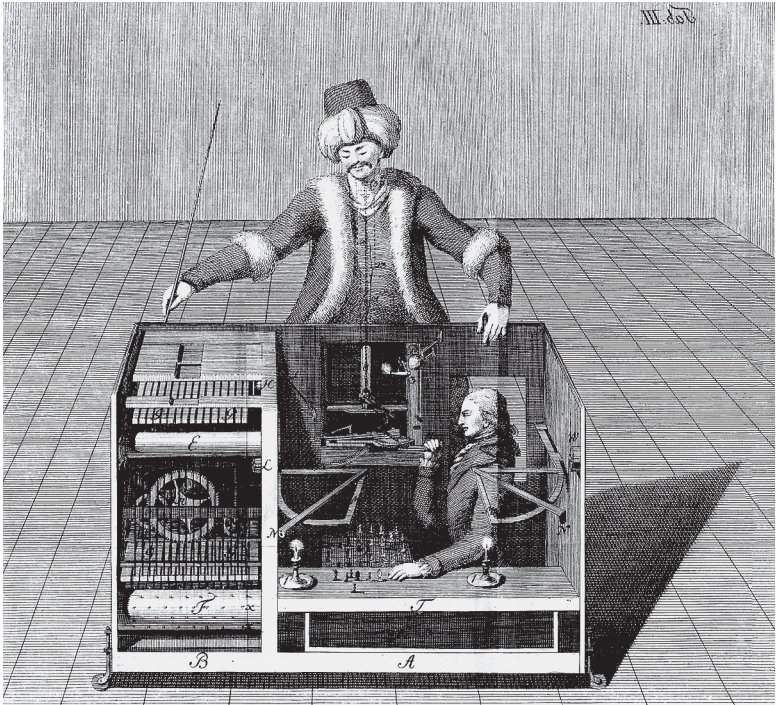


Возможно, вы не используете
социальные сети, но они используют вас.

Эйлин Майлз

Суть многих вещей в Америке — “или так, или умри”.

Джордж Уильям Трoу



Йозеф Фридрих Фон Ракниц.
Предположительная схема механического турка. 1789

Введение

Добро пожаловать в Мир-фильтр

Механический турок

В 1769 году государственный служащий империи Габсбургов по имени Иоганн Вольфганг Риттер фон Кемпелен создал устройство, прозванное механическим турком. Этот подарок должен был произвести впечатление на императрицу Священной Римской империи Марию-Терезию Австрийскую. Почти что волшебная машина фон Кемпелена умела играть в шахматы и побеждать человека — всего лишь с помощью внутренних шестеренок и ремней. Как видно на исторических гравюрах, механический турок представлял собой большой деревянный ящик шириной около четырех футов, глубиной два с половиной фута и высотой три фута¹; за его дверцами можно было разглядеть сложный внутренний механизм. Сверху располагался человекоподобный автомат: над шахматной доской наклонялась фигура размером с ребенка — халат, тюрбан, впечатляющие усы (этот ориенталистский архетип объединял в глазах европейцев чужака-человека и чужака-машину). Турок протягивал над доской левую руку, брал фигуры и передвигал их. Машина сигналлила после сделанного хода, определяла, когда противник

¹ Примерно 120 × 75 × 90 см. (Здесь и далее, если не указано иное, — прим. перев.)

жульничает, а лицо автомата могло менять выражение. Механический турок фон Кемпелена настолько всех одурачил, что во время своих путешествий по миру сразился с Бенджамином Франклином в 1783 году и Наполеоном Бонапартом в 1809 году. Оба ему проиграли.

Однако на самом деле механический турок не умел играть в шахматы. Не было ни искусственного интеллекта, управляющего автоматом, ни кучи шестеренок, механически определяющих следующий ход. Внутри корпуса сидел невысокий человек, хорошо игравший в шахматы. Благодаря системе магнитов он мог отслеживать расположение пешек, коней и королей на доске¹. Используя систему рычагов и тросиков, игрок управлял рукой автомата: брал фигуры и передвигал их. Дым от свечи, которую спрятанному шахматисту приходилось использовать для освещения, уходил через скрытые отверстия в задней части машины². Все внутренние механизмы не играли никакой роли, а лишь создавали видимость. Когда дверцы открывались и зрители заглядывали внутрь в рамках демонстрации ложной прозрачности, они не видели оператора: тот скрывался, используя передвижное сиденье — нечто вроде ложного дна в реквизите фокусника.

Механический турок создавал впечатляющую иллюзию машины, которая могла сама принимать решения и выглядела умнее человека, в то время как на самом деле автоматом управлял именно человек. Некоторые зрители подозревали обман. “Называть это автоматом — жульничество, и это заслуживает публичного осуждения”, — писал скептически настроенный британский автор Филипп Тикнесс в книге 1784 года, утверждая, что машиной управляли “невидимые сообщники”. Тик-

- 1 В основании каждой фигуры располагался магнит. Кроме того, к каждому полю снизу крепилась нить с металлическим шариком. Если фигура стояла на поле, шарик притягивался к нему снизу. Если фигуру поднимали, шарик опускался. Таким образом спрятанный шахматист видел ходы на доске.
- 2 Отверстия вели к тюрбану, и выходящий из тюрбана дымок смешивался с дымом от других свечей, освещавших помещение.

несс продолжал: “Шахматист-автоматон — это человек в человеке; из чего бы ни состояла его внешняя форма, внутри он содержит живую душу”. Конечно, Тикнесс был прав, но тайна полностью раскрылась только в 1860 году, когда машина уже объехала Соединенные Штаты и попала в коллекцию Джона Кирсли Митчелла, личного врача Эдгара Аллана По¹. Оригинальный автоматон погиб во время пожара, а сын Митчелла написал статью для журнала *Chess Monthly*. Однако то, что машина оказалась чистой иллюзией, только увеличило значимость механического турка.

За два века, прошедшие с момента его изобретения, это устройство стало распространенной метафорой для описания технологических манипуляций. Она олицетворяет человека, скрывающегося за фасадом, казалось бы, передовых технологий, а также способность таких устройств вводить нас в заблуждение относительно своей природы. (В 2005 году компания *Amazon* назвала “Механическим турком” свой сервис, в котором цифровые задачи, такие как расстановка тегов для фотографий или очистка данных, выполняются с помощью невидимого рынка аутсорсингового человеческого труда.) Механический турок подобен герою “Волшебника страны Оз”, прятавшемуся за занавесом, — всезнающая таинственная сущность, которая в конечном итоге оказывается чем-то гораздо более обыденным и понятным. Машина и трюк дополняют друг друга. Благодаря двойному обману турку удается “все время выигрывать” — как писал немецкий философ Вальтер Беньямин, размышляя об этом устройстве в эссе 1940 года.

В последнее время я довольно часто думаю о механическом турке, потому что он напоминает мне об одном технологическом призраке, преследующем нашу эпоху начала XXI века. Имя этому призраку — “алгоритм”. *Алгоритм* — это сокращение от “алгоритмических рекомендаций”, цифро-

1 Публикации, раскрывавшие секрет, появлялись и раньше.

вых механизмов, которые поглощают кучу пользовательских данных, проталкивают их через набор уравнений и выплевывают результат, считающийся наиболее релевантным для заданных целей. Алгоритмы определяют сайты, которые мы находим с помощью *Google*; тексты, которые мы видим в ленте Фейсбука¹; песни, которые бесконечным потоком проигрывает *Spotify*; людей, которых мы рассматриваем как потенциальных партнеров в приложениях для знакомств; фильмы, рекомендуемые на главной странице *Netflix*; персонализированную ленту видеороликов, которую выдает ТикТок; порядок постов в Твиттере² и Инстаграме; папки, по которым автоматически сортируется наша электронная почта; рекламу, которая преследует нас по всему интернету. Алгоритмические рекомендации в значительной степени обуславливают наше взаимодействие с цифровым пространством — учитывая наши предыдущие действия и выбирая те фрагменты контента, которые в наибольшей степени соответствуют нашим моделям поведения. Они призваны интерпретировать наше поведение, а затем показывать нам то, что мы хотим увидеть.

Сегодня мы постоянно сталкиваемся со всевозможными алгоритмами, каждый из которых пытается угадать, о чем мы думаем, что ищем и чего желаем — еще до того, как даже мы сами осознаем ответы на эти вопросы. Когда я пишу электронное письмо, мое приложение *Gmail* предугадывает слова и фразы, которые я пытаюсь набрать, и пишет их за меня, словно читая мои мысли. Сервис *Spotify* выводит на экран музыкантов и альбомы, которые, по его прогнозам, я, скорее всего, буду слушать, и в итоге я часто выбираю их просто по привычке. Когда я разблокирую свой телефон, там уже висят фотографии из прошлого, которые я, возможно,

1 Деятельность компании *Meta Inc (Facebook, Instagram)* решением российского суда признана экстремистской и запрещена на территории России. (Прим. ред.)

2 Ныне X. (Прим. ред.)

захочу посмотреть — названные “воспоминаниями”, словно они существуют в моем подсознании; рядом мне предлагают и приложения, которые я, возможно, захочу открыть, и друзей, которым я, возможно, захочу написать сообщение. Инстаграм подсовывает доску настроений из того, что его алгоритм считает моими интересами: фотографии еды, снимки зданий, повторяющиеся нарезки популярных телепередач. ТикТок предлагает мне необъяснимую лавину видеороликов о том, как люди меняют плитку у себя в ванной, и я необъяснимым образом продолжаю их смотреть, хотя мне это ни к чему. Но ведь не может же моя идентичность сводиться к культурному потреблению?

Раньше все эти мелкие решения принимали люди: редактор газеты решал, какие материалы поместить на первую полосу; фоторедактор журнала отбирал фотографии для публикации; ответственный за программу фильмов выбирал, какие картины показывать в кино; диджей независимой радиостанции составлял плейлисты из песен, соответствующих его собственному настроению и особой атмосфере того или иного дня или места. Хотя эти решения, конечно, зависели от различных социальных и экономических сил, человек, отвечающий за них, обеспечивал базовый уровень качества и даже безопасности; однако при ускоренной подаче в интернете этот уровень может отсутствовать.

Алгоритмические рекомендации — это новейшая итерация механического турка: серия человеческих решений, облеченных в форму технологических, автоматизированных и получивших нечеловеческие масштабы и скорость. Эта технология, разработанная и поддерживаемая инженерами монополистических компаний и работающая на тех данных, которые мы — пользователи — постоянно предоставляем, заходя каждый день, одновременно создана нами и нами же управляет, манипулируя нашим восприятием и вниманием. Алгоритм *всегда* побеждает.

Открытие мира-фильтра

Название этой книги — “Мир-фильтр” (*Filterworld*) — мой термин, который означает обширную, взаимосвязанную и в то же время разрозненную сеть алгоритмов, влияющих на нашу сегодняшнюю жизнь и оказывающих особенно сильное воздействие на культуру и способы ее распространения и потребления. Хотя Мир-фильтр также изменил политику, образование, межличностные отношения и многие другие аспекты жизни общества, я сосредоточился только на культуре. Визуальные искусства, музыка, кино, литература или хореография — алгоритмические рекомендации и наполняемые ими ленты опосредуют наше отношение к культуре, направляя внимание на то, что лучше всего вписывается в структуру цифровых платформ. Автоматические рекомендации — это фильтры, которые отделяют то, что привлекает внимание, от того, что игнорируется, и тонко искажают внешний вид этих вещей, подобно фильтру в Инстаграме, усиливающему одни свойства и ослабляющему другие. Культурные успехи Мира-фильтра очевидны. К ним относятся такие явления, как “кантрифицирующие”¹ действия ТикТока, который в 2018 году привел к мировой славе песню рэпера *Lil Nas X “Old Town Road”*; клишированные тенденции в дизайне, затопившие Инстаграм, такие как минималистичные интерьеры и однообразные логотипы со шрифтами без засечек, которые модные бренды взяли на вооружение в последние годы; вызывающий ярость поток бессмысленных споров в Твиттере.

Алгоритмические рекомендации диктуют жанры культуры: они поощряют определенные шаблоны продвижением в лентах, исходя из того, что сразу привлекает наибольшее внимание. В 2018 году писательница Лиз Пелли определила

1 Предполагается, что продвигать песню в жанре кантри проще, чем в хип-хопе.

один из таких жанров — “стримбейт”¹: “приглушенный, среднетемповый, меланхоличный поп”, характерный для *Spotify*. В 2019 году писательница Джиа Толентино аналогичным образом определила “лицо Инстаграма” — “отчетливо белое, но этнически неопределимое” сочетание черт, которое стало возможным благодаря пластической хирургии и обрело популярность на платформе: “Кошачьи глаза и длинные муляжные ресницы; маленький, аккуратный нос и полные, пухлые губы”. Появился термин “голос ТикТока”; он обозначает скомканную монотонную протяжность многих закадровых голосов в видеороликах ТикТока. Каждая платформа вырабатывает свой собственный стилистический архетип, который определяется не только эстетическими предпочтениями, но и расовыми, гендерными и политическими убеждениями, а также фундаментальной бизнес-моделью корпорации, которой она принадлежит.

Процветающая в Мире-фильтре культура, как правило, доступна, интерактивна и совместна, она окружает вас. Ею можно делиться с широкой аудиторией, она сохраняет свое значение для разных групп, которые слегка корректируют ее в своих целях. (В Мире-фильтре все должно быть каким-то мемом — например, шуткой, которая поддается бесконечной переделке, или картинкой, оптимизированной для распространения по интернету.) Эта культура также является приятной или достаточно средней, чтобы ее можно было проигнорировать и ненавязчиво задвинуть на задний план, где она зачастую остается незамеченной, пока вы не начнете ее искать. Однако после того, как вы ее заметите, вы, как правило, обнаруживаете ее повсюду, как, например, было с внезапной популярностью зимой 2018 года “куртки *Amazon*” — пуховика, который рекомендовали участникам сервиса *Amazon Prime* на онлайн-платформе компании — еще одним алго-

1 От *stream* (“поток”) и *bait* (“наживка”).

ритмическом пространстве. В последующие годы эта оригинальная куртка *Orolay* вдохновила производство десятков реплик и копий, включая вариант от самой *Amazon*. Культура Мира-фильтра в конечном счете однородна и характеризуется всепроникающим чувством одинаковости, даже если ее артефакты не являются буквально одинаковыми. Она воспроизводит себя вплоть до скуки.

Я начал замечать эффекты Мира-фильтра в кофейнях — примерно в 2015 году. Когда в 2010-х годах я путешествовал по разным городам в качестве журналиста-фрилансера — Киото, Берлин, Пекин, Рейкьявик, Лос-Анджелес, — мне всегда попадалось кафе, которое походило на другие, виденные мною в других странах, и это вызывало ощущение дежавю. В этом типовом кафе, как я стал его называть, стены облицованы белой плиткой “под кирпич”; стоят широкие столы из переработанной древесины и стулья в стиле модерн середины века, имеющие хлипкие ножки; подвесные светильники снабжены эдисоновскими лампочками. “Инстаграмная” эстетика. И вне зависимости от города и времени суток в этом кафе неизменно сидят люди, похожие на меня: фрилансеры за ноутбуками, зачастую просматривающие социальные сети. Почему же интерьеры выглядят и функционируют одинаково в разных географических точках? Такая строгая одинаковость выходила за рамки обычных признаков глобализации. Мне захотелось найти ее первопричину.

Много путешествующий бизнес-консультант — миллениал из Берлина по имени Игорь Шварцман, который также заметил типовые кафе, описал мне этот феномен как международную “гармонизацию вкусов”. Благодаря алгоритмическим цифровым платформам — таким как Инстаграм, *Yelp* и *Foursquare* — все больше людей по всему миру учатся искать сходных продуктов и впечатлений в физической жизни. Через свои ленты они потребляют сходные виды цифрового контента, независимо от того, где живут, и в результате их пред-