

УДК 659.3
ББК 76.0
Х71

Ryan Holiday
TRUST ME, I'M LYING

Все права защищены, в том числе право на воспроизведение в полном объеме или частично в любой форме.

*Настоящее издание опубликовано с разрешения
издательства Portfolio, входящего в состав группы Penguin
Group (USA) Inc.*

Художественное оформление
Сергей Лях

Холидей Р.

Х71 Верьте мне — я лгу! / Райан Холидей; пер. с англ. К. Савельева. — М.: Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2013. — 336 с.
ISBN 978-5-389-05112-6

Все мы постоянно находимся под воздействием мощных потоков лжи. Она подкрадывается к нам на улице, преследует на работе и стремится полностью завладеть нашим сознанием с экрана ТВ и особенно персонального гаджета.

Эта книга — не только о тайных приемах медийных манипуляторов, направляющих сетевой трафик и общественное внимание в целях собственной наживы или политических интересов; она сродни ледяному душу, помогающему вырваться из эмоционального ступора и очнуться от грез, навеваемых средствами массовой информации.

Эта книга — мощное средство психологической защиты от бессилия перед ложью СМИ, позволяющее отказаться от ложных представлений, внедряемых в сознание людей создателями виртуального мира, все более искажающего реальность.

Эта книга — секретное оружие для сражения с невидимыми врагами нашего разума. Она дает реальный шанс уцелеть в штормовом море противоречивых и недостоверных сведений, обрушающихся на нас со всех сторон.

Эта книга способна кардинально изменить ваше видение мира и приподнять для вас туманную завесу над реальностью. Хватит оставаться в неведении о тайных механизмах происходящих вокруг нас событий!

Научитесь распознавать ложь и противостоять ей!

УДК 659.3
ББК 76.0

ISBN 978-5-389-05112-6

© Ryan Holiday, 2012
© К. Савельев, перевод, 2013
© С. Лях, оформление, 2013
© ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2013

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление 7

КНИГА ПЕРВАЯ

Накормить монстра: как работают блоги

I.	Блоги делают новости.....	21
II.	Как превратить ничто в нечто за три простых шага.....	29
III.	Жульничество с блогами: как издатели делают деньги онлайн	48
IV.	Тактика № 1. Блогеры нищие; помогите опла- тить их счета	61
V.	Тактика № 2. Скажите им то, что они хотят услышать	70
VI.	Тактика № 3. Дайте распространяемость, а не качество.....	84
VII.	Тактика № 4. Помогайте им обманывать читателей	99
VIII.	Тактика № 5. Продавайте им то, что они могут продать (проблема одноразового употребления)	107
IX.	Тактика № 6. Все дело в заголовке	122
X.	Тактика № 7. Покорите их количеством просмотров	130

XI.	Тактика № 8. Используйте технологию против нее самой.....	143
XII.	Тактика № 9. Фабрикуйте материалы (все так делают)	153

КНИГА ВТОРАЯ

Монстр атакует: для чего предназначены блоги

XIII.	Ирэн Кэрмон, «The Daily Show» и я: идеальный штурм в море токсичного блогинга	165
XIV.	Есть и другие: зал славы манипуляторов	179
XV.	Привлекательные, но порочные: тактика онлайн-развлечений, которые одурманивают нас с вами.....	187
XVI.	Экономика ссылок: сбалансированная иллюзия надежных источников.....	196
XVII.	Вымогательство в Сети: встреча с шантажом онлайн	213
XVIII.	Итеративная суэта: фальшивая философия онлайновой журналистики	224
XIX.	Миф об исправлениях	240
XX.	Радуемся собственному обману	254
XXI.	Темная сторона монстра: когда интернет-юмор атакует.....	264
XXII.	Церемония деградации XXI века: блоги как машины ненависти и наказания.....	279
XXIII.	Добро пожаловать в нереальный мир	288
XXIV.	Как читать блог: обновление списка всех неправд.....	297
	Заключение. Итак... куда дальше?	304
	Список ссылок на электронные ресурсы.....	315
	Список литературы.....	325
	Рекомендуемые книги	329
	Благодарность автора.....	332

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

ВСТУПЛЕНИЕ

Будучи человеком интеллигентным, вы скажете, что я работаю в сфере маркетинга и информационного обеспечения, или онлайн-стратегии и рекламы. Но все это — лишь вежливый флер, скрывающий грубую правду. Откровенно говоря, я являюсь медийным манипулятором, то есть мне платят за обман. Моя работа — лгать средствам массовой информации, чтобы они могли лгать вам. Ради этого я вру, даю взятки, тайно сотрудничаю с авторами бестселлеров и многомиллионными брендами и злоупотребляю своим знанием Интернета.

Я направил в блоги миллионы долларов через рекламу. Я сообщал самые свежие новости блогерам вместо программы «Доброе утро, Америка», а когда это не удавалось, нанимал членов их семей. Я обрабатывал блогеров по всей стране, повышал их доходы, покупая трафик, писал для них истории, фабриковал искусственные приманки, чтобы привлечь их внимание, и потчевал их дорогими блюдами и сенсациями. Думаю, я прислал модным блогерам достаточно подарочных сертификатов и футбольок, чтобы одеть маленькую страну. Почему я делал все это? Потому что это был единственный способ добиться успеха. Я занимался этим, чтобы превратить их в источники информации, на которые я могу влиять и куда могу направить своих клиентов. Я использовал блоги для того, чтобы контролировать новости.

Именно поэтому в два часа утра я оказался на пустынном перекрестке в Лос-Анджелесе, одетый в черное. В руке я держал клейкую ленту и стикеры непристойного содержания, изготовленные в «Kinko» предыдущим вечером¹. Что я там делал? Я собирался испортить рекламные щиты — те самые, которые я лично разработал и оплатил. Никто не ожидал, что я совершу нечто подобное, но это случилось. Моя подруга, которую я сделал своей сообщницей, ждала за рулем автомобиля. После окончания работы мы обхехали вокруг квартала, и я сфотографировал дело своих рук из пассажирского окошка, как если бы заметил его с дороги. Поперек рекламных щитов теперь были протянуты двухфутовые стикеры, подразумевавшие, что создатель фильма — мой друг Текер Макс — заслуживал того, чтобы его член засунули в капкан с острыми металлическими зубьями... или что-то в этом роде. Приехав домой, я тут же отправил электронные письма в два крупных блога. Под фальшивым именем Эван Мейер я написал: «Я видел это вчера вечером по дороге домой, кажется на перекрестке Третьей авеню и Крисчен-Хайтс. Приятно знать, что в Лос-Анджелесе тоже ненавидят Текера Макса». К письму я приложил фотографии.

Один блог сразу отозвался: «Вы не шутите, верно?» — «Нет, — ответил я. — Верьте мне, я не лгу».

Изуродованные плакаты и информационное освещение моих фотографий были лишь небольшой частью провокационной кампании, которую я провел для кинофильма «I Hope They Serve Beer in Hell»². Мой друг Текер попросил меня создать скандальную атмосферу

1 «Kinko» — сеть розничных магазинов Federal Express, оказывающая услуги по сканированию, печати и переплетным работам. (*Примеч. пер.*)

2 В России фильм вышел в прокат под названием «Мальчишник в Техасе» (2009). (*Примеч. пер.*)

вокруг фильма, основанного на сюжете его бестселлера, что я и сделал почти без усилий. Это лишь одна из многих кампаний, которые я провел за свою карьеру, и ее нельзя назвать необычной. Но она иллюстрирует ту часть медиастратегии, которая остается скрытой от вас: новости создаются и продвигаются маркетологами, и никто не делает ничего, чтобы остановить это.

Менее чем через две недели тысячи студентов протестовали против фильма в своих кампусах по всей стране. Рассерженные граждане уродовали наши плакаты. Сайт FoxNews.com вынес историю об «ответном ударе» на первую полосу; на шестой странице «New York Post» появилось первое из многочисленных упоминаний о Такере, а Чикагское транспортное управление запретило рекламу фильма и сняло ее со своих автобусов.

В довершение всего две редакторские колонки с обвинениями против фильма появились в «Washington Post» и «Chicago Tribune» в неделю его выхода на экраны. Скандал вокруг Такера оказался таким громким, что несколько лет спустя он был описан в популярном телевизионном шоу «Portlandia» на канале IFC.

Полагаю, теперь можно признать, что вся эта ката-
васия, по сути дела, представляла собой одну большую фальшивку.

Я разработал рекламные объявления, купил места и разместил их по всей стране, а потом быстро написал и оставил повсюду анонимные жалобы на них (а также слил в блоги копии этих жалоб для поддержки). Я оповестил членов ЛГБТ-движения и группы борцов за права женщин в колледжах о кинопросмотрах и спровоцировал их на протест в связи с оскорбительным фильмом, прекрасно зная, что в вечерних новостях покажут сюжеты об этом. Я запустил группу бойкота на Facebook. Я обеспечил фальшивые твиты и разместил подложные комментарии к статьям в Ин-

тернете. Я даже выиграл конкурс как первый человек, приславший первую фотографию испорченного рекламного плаката в Чикаго (спасибо за бесплатную футболку, «Chicago RedEye»! Кстати, эта фотография была из Нью-Йорка). Я сфабриковал нелепые истории о поведении Такера на съемочной площадке и за ее пределами и отослал их на клеветнические сайты, которые с радостью ухватились за них. Я проплатил антиженскую рекламу на феминистских сайтах и антирелигиозную рекламу на христианских сайтах, понимая, что все они напишут об этом. Иногда я просто вставлял рекламные «фотожабы» в скриншоты первых страниц сайтов и получал реакцию на скандальную рекламу, которая на самом деле никогда не публиковалась. Круг замкнулся, когда впервые в истории я выпустил пресс-релиз в ответ на мою собственную фальшивую критику.

«Такер Макс выступает в ответ на критику СТА¹: “Можете отсосать у меня” — гласил заголовок.

Привет тебе, ураган деръма в прессе! Здравствуй, номер 1 в списке бестселлеров «New York Times»!

Я провернул все это без связей, без денег и протертенных троп. Но из-за самой структуры блогов — из-за того, что блогерам платят за просмотры страниц, и того, что посты на блогах должны быть написаны для привлечения читательского внимания, — все это было очень легко сделать. Система пожирает тот материал, который я произвожу. Поэтому, когда созданная мной рукотворная буря выплеснулась на страницы прессы, настоящие люди поверили в нее, и она стала правдой.

Тогда, как и теперь, я работал директором по маркетингу в «American Apparel», одежной компании, известной своими провокационными образами и нетрадиционными приемами ведения бизнеса. Но я сфабриковал такие фальшивки и для других высокотехнологичных компаний.

1 С Т А — Ассоциация кабельного телевидения. (Примеч. пер.)

поставленных клиентов, от авторов, которые продают миллионы книг, до предпринимателей, чье состояние оценивается в сотни миллионов долларов. Я создавал и формировал новости для них.

Обычно это просто. Кто-нибудь платит мне; я сочиняю для него историю, и мы проталкиваем ее вверх по цепочке, от крошечного блога на сайте местного канала новостей до Huffington Post, крупных газет и национальных сетей кабельного телевидения, а потом еще раз, пока нереальное не становится реальным¹.

Иногда я начинаю с того, что выкладываю истории. Иногда я публикую пресс-релиз или прошу друга разместить сюжет в своем блоге. Иногда я фабрикую документ и делаю намеренную утечку. В сущности, это может быть что угодно, от вандализма на страницах Википедии до изготовления дорогого вирусного видеоролика. Независимо от начала игры, конец всегда один и тот же: экономика Интернета эксплуатируется для изменения общественного восприятия и продажи товара.

Меня трудно было назвать наивным ребенком, когда я оставил учебу, чтобы заниматься рекламой и пиаром в режиме полной занятости. Я видел достаточно редакторских войн в Википедии и примеров политики ведущих игроков в сфере массовой информации, чтобы понимать: за кулисами творится нечто сомнительное. С одной стороны, я знал об этом, но с другой — оставался верующим человеком. У меня был свой выбор проектов, и я работал только над тем, во что верил (да, это включало «American Apparel» и Такера Макса).

1 Под «реальностью» я имею в виду то, во что верят люди, и то, как они ведут себя в соответствии с этими убеждениями. Я утверждаю, что инфраструктуру Интернета можно использовать против нее, чтобы превратить дурацкий вымысел во всеобщее возмущение, а потом в действие. Это происходит каждый день. Каждый божий день. (Примеч. авт.)

Но меня затягивало в подземный мир массмедиа по мере того, как я изготавлял один хит за другим для моих клиентов и при этом распространял все больше ложных сведений. Я старался держать эту свою часть отдельно от остальной жизни, когда начал понимать медийную среду, в которой я работал, открывавшую мне все более неприглядные стороны.

До каких-то пор мне удавалось это делать. Хотя сейчас хотелось бы точно определить момент, когда все развалилось на части и я осознал, что все это лишь один большой обман, у меня ничего не выходит. Понятно только, что мне удалось это пережить. Я глубоко изучал экономику и экологию онлайновых медийных ресурсов, совершенствуя свое мастерство. Мне хотелось понять не только *как* это работает, но и *почему* это работает — от технологии до личных качеств людей, которые пользуются этим. Будучи инсайдером, я видел вещи, которые никогда не увидят ученые, интернет-гуру и многие блогеры. Издателям нравилось беседовать со мной, поскольку я контролировал много-миллионные сетевые рекламные бюджеты, и они часто бывали шокирующие откровенными.

Я начал устанавливать связи между фрагментами информации и видеть исторические закономерности. В книгах, которые не издавались уже десятилетия, я видел критику медийных лазеек, которые теперь открылись снова. Я наблюдал за тем, как основные психологические установки нарушались или игнорировались блогерами, сообщавшими «новости». Убедившись в том, что большая часть сетевых публикаций основана на ложных предпосылках и логике самообслуживания, я понял, что могу перехитрить их. Это знание одновременно пугало и подбадривало меня. Я признаю, что переметнулся на другую сторону и использовал свое знание вопреки общественным интересам ради собственной выгоды.

Одна мрачная деталь, на которую я наткнулся в ходе своих исследований, бросила меня в дрожь. Это было упоминание о карикатуре 1913 года, опубликованной в давно прекратившем существование «Иллюстрированном еженедельнике Лесли». Утверждалось, что на карикатуре был изображен бизнесмен,бросавший монеты в пасть огромного клыкастого чудовища с множеством рук, угрожающее выставленных перед ним. На каждой из этих похожих на щупальца рук, которые уничтожали город вокруг них, была вытатуирована надпись со словами вроде «культтивирование ненависти», «искажение фактов» или «гноящиеся раны». Человек на карикатуре был рекламщиком, а пасть чудовища принадлежала злобной желтой прессе, которой нужны деньги для жизни. Внизу шла надпись: «ГЛУПЕЦ, КОТОРЫЙ КОРМИТ МОНСТРА».

Я знал, что должен найти этот рисунок столетней давности, хотя и не был уверен почему. Когда я поднимался по эскалатору через стеклянный каньон атриума Лос-Анджелесской публичной библиотеки, до меня дошло, что я не просто ищу редкую старую газету. Я искал себя. Я знал, кем был этот глупец. Он был мной.

В наркоманских кругах выздоравливающие тоже пользуются образом монстра как предупреждением. Они рассказывают историю о человеке, который нашел посылку у себя на крыльце. Внутри находился маленький монстр, милый, как щенок. Человек взял монстра на воспитание. Чем больше его кормили, тем больше он становился и тем больше корма ему требовалось. Человек не обращал внимания на свое беспокойство, а монстр становился все более требовательным, угрожающим и непредсказуемым. В один прекрасный день, когда человек играл с монстром, тот напал на него и едва не убил. Осознание того, что ситуация вышла

из-под контроля, наступило слишком поздно: человек больше не владел положением. Монстр зажил собственной жизнью.

Эта история очень похожа на мою. Правда, она не о наркотиках и не о желтой прессе, а о гораздо более крупном и современном чудовище дивного нового мира массовой информации — о том самом монстре, которого я часто кормил и считал подвластным своей воле. Я жил хорошо и привольно и верил в это, пока все не изменилось. Многие вещи пошли вкривь и вкося. Я не уверен, где начинается или заканчивается моя ответственность за случившееся, но готов рассказать о том, что произошло.

С помощью блогов я создавал ложное восприятие, которое приводило к неверным выводам и порочным решениям — настоящим решениям в реальном мире, имевшим последствия для реальных людей. Фразы вроде «известный насильник» начали сопровождать первоначально вброшенные шутливые слухи о дурном или шокирующем поведении, предназначенные для повышения известности клиента в блогах. Репутация моих знакомых оказывалась безнадежно испорченной. Постепенно я начал замечать, что такие же вбросы происходят повсюду, и никто не бьет тревогу и не пытается возместить ущерб. Фондовые рынки получали ощущимые удары в размере десятков миллионов долларов, основываясь на новостях из ненадежных источников, которые я часто дурачил вымысленными историями. В 2008 году блогер из Gawker¹ опубликовал электронные письма, украшенные из моего ящика кем-то еще, пытавшимся запугать клиента с помощью огласки в средствах мас-

1 Gawker — нью-йоркская сеть блогов, которая позиционирует себя как «источник ежедневных манхэттенских новостей и сплетен». (Примеч. пер.)

свой информации. Это было позорно и унизительно, но теперь я понимаю, что у Gawker почти не было выбора относительно роли, которую он сыграл в этом деле. Я знаю, что был такой же частью проблемы, как и они.

Помню, как однажды в разговоре за обедом я упомянул о каком-то скандале — возможно, фальшивом и высосанном из пальца. Я сделал это потому, что не хотел остаться незамеченным. Я потерялся в том самом вымысле, который навязывал другим людям, и обнаружил, что не только не могу отличить правду от вымысла, но и не хочу этого делать. Если обратиться к цитате из описания медийного манипулятора в классической книге Бадда Шульберга «Тем тяжелее падение», я «...тешил себя иллюзией, что мы можем копаться в грязи, не становясь тем, к чему мы прикасаемся». Больше у меня нет таких иллюзий.

Уинстон Черчилль написал одному из миротворцев своей эпохи: «...каждый надеется, что если он достаточно хорошо накормит крокодила, то крокодил съест его последним». Я заблуждался еще больше: мне казалось, что меня вообще не сожрут. Этого не может случиться со мной. Я владею ситуацией. Я мастер своего дела. Но я ошибался.

Почему я написал эту книгу

Рядом с моим столом стоит большая коробка с сотнями статей, которые я напечатал за последние несколько лет. На этих статьях лежит печать всех фальшивок и мошенничеств моего изобретения, однако они связаны с некоторыми самыми громкими историями из мира развлечений за последние десять лет. Поля заполнены сердитыми комментариями и вопросительными знаками. Сатирик Ювенал писал о «целых томах с ру-

кописными инвективами», посвященных свирепствам коррупции в Риме. Эта коробка и эта книга — мои тома, посвященные собственной жизни в подобном мире. В целом этот процесс привел к тому, что у меня открылись глаза. Надеюсь, то же самое произойдет и с вами.

В последнее время я не так активно вношу свой вклад в груду доказательств — не потому, что качество контента в Интернете улучшилось, но потому, что надеяться на что-либо иное было бы глупо. Я не настолько наивен, чтобы ожидать от блогеров, что они знают, о чем говорят. Я больше не надеюсь на надежность информации, так как блогеры и маркетологи слишком легко манипулируют ею для получения прибыли. Я не могу избавиться от постоянного подозрения, что другие закидывают наживку, дурачат или используют меня точно так же, как я это делал с ними. Очень трудно беззаботно бродить по Интернету, когда над вами маячат слова А. Дж. Долерио, редактора популярного спортивного блога Deadspin: «Все это мир профессионального рестлинга»¹.

Некоторые из вас, прочитав эту книгу, возможно, возненавидят меня за разрушение своих иллюзий, или назовут меня лжецом, или обвинят в преувеличении. Наверное, вам не хочется, чтобы я представил людей, стоящих за вашими любимыми сайтами, как тупиц,

1 В июне 2009 г. Такер Макс отправил Долерио письмо в связи с сюжетом из Deadspin, где была неправильно указана личность героя одного из «подвигов» Такера. Откровенность Долерио была неподражаемой. Наряду с фразой о «профессиональном рестлинге» он охарактеризовал ошибку в своем блоге следующим образом: «Честно говоря, мне насрать, кто он такой, бесстрашный репортер или нет, поэтому прикрывай свою и его задницы так, как считаешь необходимым. Ты занимаешься тем, чем занимаешься, и я буду делать то же самое». (Примеч. авт.)

шарлатанов и помпезных лжецов, которыми они являются. Но это мир охотников, и вы у них на мушке. Хитрость в том, чтобы сделать себе имя за счет других. Предмет кражи — ваше внимание и ваша доверчивость.

Эта книга построена не так, как обычные бизнес-пособия. Вместо длинных глав она разделена на две части, и каждая состоит из коротких, пересекающихся и взаимно подкрепляемых эскизов. В первой части я объясняю, почему блоги имеют значение, как они продвигают новости и как ими можно манипулировать. Во второй я показываю, что происходит, когда вы делаете это, какой бывает обратная реакция и опасные последствия нашей нынешней системы.

Ниже перечислены методы, используемые для манипулирования блогерами и репортерами на самом высоком уровне и разделенные на девять простых тактик. Каждая из них раскрывает критическую уязвимость нашей медийной системы. Я покажу вам, где они находятся и что можно сделать с ними, а также помогу разобраться, когда они используются против вас. Конечно, я объясню, как извлечь преимущество из этих слабостей, но в основном я обращаю ваше внимание на их существование. Насколько мне известно, это первый раз, когда они подвергаются критическому анализу или вообще выставляются напоказ. Надеюсь, что, оказавшись на виду, они будут работать так же хорошо, как раньше.

Я понимаю, эта позиция несколько противоречива, как и мое положение, но она позволяет мне объяснить наши проблемы с уникальной точки зрения. Эта книга — итог моего опыта за кулисами мира блогеров, пиара и сетевых махинаций с некоторыми выводами о господствующей культурной среде. Я лично и честно говорю о том, что знаю, — а я знаком с этим миром едва ли не лучше, чем кто-либо еще.

Я не намеревался этого делать, но помог запустить медийный механизм, предназначенный для обмана, на-дувательства и кражи каждой секунды самого драгоценного ресурса в мире: человеческого времени. Я собираюсь показать вам все эти трюки и объяснить, что они значат.

Вам решать, что вы сделаете с этой информацией.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

КНИГА ПЕРВАЯ

НАКОРМИТЬ МОНСТРА: КАК РАБОТАЮТ БЛОГИ

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

I

БЛОГИ ДЕЛАЮТ НОВОСТИ

*Если мы еще немножко поиграем по их правилам,
это будет наша игра...*

Орсон Скотт Кард. Игра Эндерса

Я обращаю ваше внимание на статью в «New York Times», написанную в начале самого раннего этапа президентских выборов 2012 года, почти за два года до голосования [1]. В ней говорится о малоизвестной в то время фигуре, губернаторе Миннесоты Тиме Поленти. Тогда Поленти еще не был кандидатом в президенты. У него не было руководителя избирательного штаба и предвыборного автобуса, почти не было спонсоров и общественного признания. Фактически, он даже не начал кампанию. В конце концов, речь идет о январе 2011 года. Он имел при себе лишь измотанного репортера из блога Politico, который сопровождал его из города в город с камерой и лэптопом, сообщая о каждом моменте его несуществующей избирательной кампании.

Довольно необычно, если подумать об этом. Даже «New York Times», газета, которая тратит

миллионы долларов в год на содержание корпункта в Багдаде и которая может финансировать репортерские расследования в течение пяти или десяти лет, не имела журналиста, освещавшего деятельность Поленти. Однако Politico — блог, обладавший лишь крошечной долей ресурсов большой газеты, — делал это. «New York Times» освещала работу Politico, который освещал деятельность несуществующего кандидата.

Это было немного похоже на схему Понци¹, и, как подобные ей схемы, она прошла все стадии от бума до краха. Поленти стал кандидатом и получил многомиллионную аудиторию в Сети, затем в печатной прессе и, наконец, на телевидении, прежде чем перегореть и выйти из президентской гонки. Несмотря на это, его влияние на выборы было существенным и достаточно реальным, чтобы следующий ведущий кандидат от республиканцев заручился его поддержкой.

Существует знаменитая политическая карикатура XX века об агентстве Associated Press, которое в то время было телеграфной службой, снабжавшей новостями большинство газет США. На этой карикатуре агент AP выливает содержимое разных бутылок в городскую систему водоснабжения. На бутылках наклеены ярлыки «ложь», «предрассудки», «клевета», «ненависть» и «утаивание фактов». Надпись внизу гласит: «Новости, отравленные у самого источника».

Я думаю о блогах как о современных лентах новостей.

1 Понци Чарльз (1882–1949) — итальянец, эмигрировавший в США, один из первых строителей финансовых пирамид. (Примеч. пер.)

Блоги имеют значение

Под «блогами» в собирательном смысле я имею в виду все онлайневые издания, то есть все, от сообщений в Twitter до сайтов крупных газет, сетевых видеороликов и групповых блогов с сотнями авторов. Мне все равно, считают ли их владельцы себя блогерами или нет. На самом деле ими движут одинаковые побуждения, и они борются за внимание с помощью сходных тактик¹.

Большинство людей не понимают, как работает современный информационный цикл. Многие не имеют представления, до какой степени их общий взгляд на мир находится под влиянием новостей, создаваемых в Сети. То, что начинается онлайн, заканчивается офлайн.

Хотя в мире существуют миллионы блогов, вы заметите, что многие из них часто упоминаются в этой книге: Gawker, Business Insider, Politico, BuzzFeed, Huffington Post, Drudge Report и т.д. Это не потому, что их читает наибольшее количество людей, а потому, что их читают в основном представители медиаэлиты и их владельцы — Ник Дентон, Генри Блоджет, Иона Перетти и Арианна Хаффингтон — обладают огромным влиянием. Блог нельзя назвать маленьким, если его крошечная читательская аудитория состоит из телепродюсеров и авторов, пишущих в общенациональных газетах.

Диджеи на радио и ведущие новостей некогда наполняли свои передачи газетными заголовками; в наши дни они повторяют то, что читают в определенных блогах.

1 Я никогда не был любителем термина «блогосфера» и редко им пользуюсь. (Примеч. авт.)