

*Посвящается Кейт*

## Вступление

7 марта 1916 г. Теодор Вейл прибыл в вашингтонский отель New-Willard на банкет в честь достижений системы Bell<sup>1</sup>. Торжество было организовано National Geographic Society, и его размах вполне соответствовал великолепным перспективам, которые открывались перед всей страной благодаря корпорации American Telephone & Telegraph.

Обеденный зал шириной почти в 20 метров и длиной в целый квартал просто ослеплял роскошью. В конце зала стояла огромная электрифицированная карта, которая показывала протяженность линий дальней связи, проложенных AT&T. Перед картой в строгих парадных костюмах сидели больше 800 человек, и каждый столик был оборудован отдельным телефоном. Влиятельные бизнесмены соседствовали с чиновниками: здесь были и адмиралы флота, и сенаторы, и основатели компании Bell со всеми топ-менеджерами, и многие министры кабинета президента Вудро Вильсона. Журнал Society писал: «Со всех концов страны съехались представители элиты, чтобы увенчать лаврами признания и восхищения гениальных людей, чьи достижения открыли дорогу удивительным чудесам науки».

Подлинный символ Bell — седовласый и с белыми усами Вейл (ему исполнился 71 год), человек, который дважды спасал свою компанию от гибели. Это был, можно сказать, Джек Уэлч\* своего времени. Как писал

---

\* Джек Уэлч — глава компании General Electric в 1981–2001 гг. *Прим. перев.*

Алан Стоун, изучавший историю Bell, «немногие крупные компании носят на себе глубокий отпечаток чьей-либо личности, как AT&T — влиятельной фигуры Вейла». В те времена многих промышленных магнатов боялись или ненавидели; Вейл пользовался всеобщим уважением. Он стал Теодором Рузвельтом от бизнеса, его поистине королевские амбиции были исполнены чувства гражданского долга. «Мы признаем, что наша ответственность и подотчетность людям во многом выше обязанностей прочих компаний, оказывающих услуги населению, но не так серьезно вовлеченных в ежедневную жизнь всего общества», — писал Вейл от имени AT&T. Его страсти к размаху можно было безошибочно узнать во всем, чем бы он ни занялся. «Ему было сложно ограничиться малым, — рассказывает его биограф Альберт Пэйн. — Начни он строить беличью клетку — в итоге получится целый зоопарк». Томас Эдисон сказал о нем просто: «Мистер Вейл — большой человек»<sup>2</sup>.

Банкет был посвящен «голосовым путешествиям». Предполагалась захватывающая демонстрация того, как AT&T собирается посредством проводов соединить Америку со всем миром — беспрецедентный прорыв, технологическое чудо, которое мы принимаем сегодня как данность: междугородние и международные телефонные звонки.

После обеда гостям было предложено поднять трубки аппаратов, стоявших на столах. По телефонным проводам они совершили путешествие к городу Эль Пасо на границе с Мексикой и соединились с генералом Джоном Першингом, который впоследствии командовал американскими войсками в Первой мировой войне.

— Здравствуйте, генерал Першинг!

— Приветствую, мистер Карти!

— Как дела на границе?

— На границе все спокойно.

— Вы поняли, что вас сейчас слышат 800 человек?

— Нет, — ответил Першинг. — Если бы я знал, то нашел бы более достойные слова.

Люди были буквально ошеломлены. «Это чудо наших дней, — писали журналисты. — Человеческий голос на электрических волнах летит от океана до океана с одного конца страны на другой».

Под занавес было продемонстрировано новейшее изобретение Белла, возможно, самое поразительное в ту пору: «беспроводной телефон», предок современных мобильных, рабочий прототип которых был создан Беллом еще в 1916 г. Чтобы показать его во всей красе, он организовал то, что можно назвать одной из первых в истории мультимедиапрезентаций:

скомбинировал радио, фонограф, телефон и кинопроектор — самые яркие изобретения начала XX в.

За многие мили от отеля New-Willard, на радиостанции в Арлингтоне, граммофон заиграл гимн США. Звук передавался без проводов в 800 телефонных трубок, а в это самое время кинопроектор показывал на экране изображение американского флага. Сочетание картинки и звука «заставило гостей вскочить на ноги, их взволнованные сердца загорелись патриотизмом, в то время как разум был потрясен происходящим». Казалось, что AT&T может бросить вызов самим богам. Вот что написал журнал *National Geographic*: «Возможно, никогда еще в истории нашей цивилизации не было такого восхитительного примера победы человеческого сознания над прежним порядком вещей».

Может быть, такое начало книги покажется странным. Ведь она посвящена будущему информации, а вместо этого мы наблюдаем, как Теодор Вейл, величайший монополист в истории информационного бизнеса, купается в лучах славы крупнейшей национальной коммуникационной сети, полностью ему подконтрольной. Ведь нынешняя ситуация совсем другая: нашу самую главную сеть, интернет, можно назвать полной противоположностью системе Bell. Интернет децентрализован — можно даже сказать, хаотичен, — а империей Вейла управляла твердая рука. Кроме того, Всемирная паутина открыта для всех пользователей и всех видов информации (голос, данные, видео и т.д.) и никому не принадлежит, а система Bell была собственностью частной корпорации.

На самом деле, во многом благодаря открытости интернета, в начале XXI в. стало бытовать мнение, будто бы наша эпоха в плане культуры и коммуникаций не имеет себе равных и находится словно вне истории. Сегодня информация по желанию любого, кто ее отправляет, со скоростью света проносится по каждой стране и вокруг земного шара. Разве может все остаться прежним после интернет-революции? В наши времена информационный деспот, подобный Вейлу, кажется допотопным монстром.

И все же, если мы внимательно посмотрим на XX в., то быстро обнаружим, что интернет — далеко не первая информационная технология, которая собиралась изменить все и навсегда. Фактически мы увидим целый ряд многообещающих и открытых медиатехнологий, каждая из которых со временем стала закрытой и управляемой индустрией, как корпорация Вейла. За прошедшие сто лет снова и снова радикально менялись способы передачи информации, и если уж на то пошло, в момент

возникновения они казались еще грандиознее, чем интернет сегодня. В 1904 г. Никола Тесла, один из отцов коммерческого электричества, предсказывал, что благодаря радио «вся Земля превратится в огромный мозг, который фактически сможет отвечать на сигналы каждой своей части». Изобретение кино, как писал Д. У. Гриффит в 1920-х гг., означало, что «дети в школах практически все будут учить с помощью фильмов. Им уж точно никогда не придется снова читать историю». В 1970-х гг. в отчете Фонда Альфреда Слоуна появление кабельного телевидения сравнивалось с изобретением наборного шрифта в книгопечатании: «революция, которая ждет нас, возможно, не меньше той... или даже больше». Как замечает персонаж в пьесе Тома Стоппарда «Изобретение любви» (помещенный автором в 1876 г.), «каждый век думает, что он новый. Однако этот век действительно прав»<sup>3</sup>.

Все эти изобретения обещали стать важнейшими и высшими в своем роде. Все они прошли через фазу сенсационной новизны и юношеских утопий. Каждое было готово кардинально изменить нашу жизнь, однако не природу нашего существования. Какие бы общественные изменения они ни провоцировали, в итоге каждое заняло свое место в социальной структуре, сопровождавшей нас со времен промышленной революции. Другими словами, каждое из них стало высокоцентрализованным и интегрированным бизнесом. Все без исключения смелые нововведения XX в. в конце концов стали гигантами, управляемыми частным капиталом, а в XXI в. — «традиционными СМИ», содержание которых строго контролируется согласно соображениям прибыли. Хотя каждое из них в свое время предполагалось использовать открыто, чтобы все могли развивать их и свободно творить.

История демонстрирует типичный путь информационных технологий. Сначала чье-то хобби, потом — чей-то бизнес. Сначала хитроумная штука, сделанная на коленке, затем — чудо массового потребления. Сначала канал, открытый всем, а потом — источник, жестко контролируемый единственной корпорацией или картелем. Словом, открытая система становится закрытой. Этот путь настолько привычен, что кажется неизбежным. Хотя вряд ли это было очевидно на заре любой из революционных технологий XX в., будь то телефон, радио, телевидение или кино. История также показывает нам, что сферы, которые слишком долго были закрытыми, становятся привлекательной добычей для находчивых умов. С течением времени закрытая индустрия может снова открыться, давая место самым разным техническим возможностям и средствам выражения. А затем предпринимаются новые попытки ее закрыть.

Эти колебания информационного бизнеса между открытостью и закрытостью так типичны, что я назвал это явление Циклом. А чтобы понять, почему он возникает, нужно выяснить, каковы сущностные и исторические отличия индустрий, построенных на информации, от тех, что основываются на прочих ресурсах.

Хочу отметить, что мой интерес далек от абстрактного научного любопытства. Ведь если Цикл — не просто схема, а неизбежность, значит, рано или поздно мы столкнемся с очень болезненным поворотом колеса истории. Потому что интернет вошел в самую ткань нашей жизни — и в гораздо больше степени, чем любое другое технологическое чудо. Пусть это прозвучит банально, но наша экономика и общество основаны на информации. В прошлом эта зависимость была куда слабее, чем сегодня, и ее удовлетворяли сразу несколько информационных индустрий. Тем не менее в будущем эта тенденция наверняка лишь усилится: мы станем все более и более зависимы от информации в каждой сфере жизни и работы, и все нужные нам данные будут путешествовать по одной-единственной сети, которую мы зовем интернетом. Мы уже привыкли к его открытости, но если выяснится, что Цикл действует на него точно так же, как и на все предыдущие информационные сети, то фактические последствия окажутся для нас настоящим ударом. И уже есть признаки того, что старые добрые времена абсолютно открытой сети подходят к концу.

Чтобы понять, какие силы угрожают интернету в его нынешнем виде, мы должны проследить, как информационные технологии дают начало новым отраслям экономики, а те, в свою очередь, — бизнес-империям. Другими словами, нам нужно понять суть Цикла, его динамику, движущие силы и возможные помехи. Причем, как и в любой экономической теории, у нас нет никаких экспериментальных лабораторий — только прошлый опыт.

Пролить свет на прошлое, чтобы предвидеть будущее, — вот главный смысл данной книги. Поэтому я с полным правом начинаю повествование с Теодора Вейла. Созданная им система Bell — прототип информационной сети, принципы работы и идеология которой повлияли на все последующие информационные индустрии.

В тот вечер Вейл был лишь одним из многих выступавших в New-Willard. Там присутствовали и сам Александр Грэм Белл, и Джозефус Дэниелс, министр военно-морских сил. Но среди всех этих важных персон Вейл стоял особняком. Именно ему принадлежала идея просвещенной монополии в сфере коммуникаций, которая доминировала в XX в. Ее привлекатель-

ность никогда, по сути, не увядала — даже если не все открыто признаются в своих симпатиях к ней. Вейл верил, что можно построить совершенную систему, и посвятил этой задаче всю свою жизнь. Его усилия, как и вся история AT&T, — масштабное эпическое повествование о возможностях и опасностях информационной империи. Как мы увидим, это и есть загадка, оставленная нам такими людьми, как Вейл. Бесспорно, в своем роде он был величайшим, но в итоге оказался первым в длинной цепочке тех, кто стремился контролировать коммуникации ради всеобщего блага. Собственно, книга об этом и рассказывает.

Идеи Вейла, новаторские для сферы коммуникаций, вполне соответствовали своему времени. Он пришел к власти в эпоху, которая поклонялась масштабу и скорости (впрочем, «Титаник» оказался не самым удачным воплощением этих идеалов). Тогда господствовала убежденность в человеческом совершенстве и в уникальной, наилучшей организации любой системы. Это были последние десятилетия «викторианской утопии», с ее верой в технологическое планирование, прикладные науки и социальную обусловленность. Евгеника, «научная организация труда» Фредерика Тейлора, социализм, дарвинизм — все это лишь немногие примеры разнообразных систематизированных направлений мысли. В те времена вера в человеческую возможность создать совершенные средства связи была отнюдь не пустой фантазией. В каком-то смысле Вейл перенес взгляды общества в сферу бизнеса — здесь его идеи перекликаются с линиями сборки на заводах Форда. А сама коммуникационная империя уподобляется империи Британской, над которой, как известно, никогда не заходило солнце<sup>4</sup>.

Мечта Вейла о совершенной централизованной индустрии была также основана на другом современном ему представлении. Для нас это может звучать странно, однако Вейл, этот бескомпромиссный капиталист, отвергал саму идею «конкуренции». В свое время ему удалось получить опыт работы как в условиях монополии, так и в рыночном соревновании. И по его убеждению, монополия в хороших руках оказалась наилучшим вариантом. «Конкуренция, — писал Вейл, — означает борьбу за выживание, промышленную войну. Это соревнование, и в нем игроки прибегают к любым средствам, которые позволит их совесть». Его рассуждения были вполне обоснованы: конкуренция создавала американскому бизнесу плохую репутацию. «Именно ужасные вещи, связанные с агрессивной конкуренцией, и вызывают неприязнь сегодняшнего общественного мнения к бизнесу, особенно крупному»<sup>5</sup>.

Адам Смит, чье видение капитализма считается в США почти священным, верил, что коллективные блага для человечества могут появиться из личных эгоистических мотивов под руководством «невидимой руки

рынка». Но Вейл не разделял этого мнения. «В долгосрочной перспективе общество в целом никогда не выигрывало от пагубной конкуренции». То, что Смит считал ключом к рыночной эффективности, для Вейла являлось источником убытков: «Все расходы в результате агрессивной, неконтролируемой конкуренции в конце концов ложатся — прямо или косвенно — на общество». С этой нетрадиционной точки зрения на капитализм, которую разделял в том числе и Джон Рокфеллер, компании-монополисты в каждой отрасли могли — и должны были — пользоваться доверием в отношении того, что они приносят стране наибольшую пользу<sup>6</sup>.

Однако Вейл со свойственным ему масштабным мышлением приписывал монополии ценность, выходящую за границы только эффективности. Он верил, что монополия рождает ощущение безопасности, а благодаря ему темная сторона человеческой природы исчезнет, и на смену ей придут естественные добродетели. Он видел будущее капитализма в свободе от дарвиновского отбора. В его понимании научно организованные корпорации, управляемые достойными людьми в тесном сотрудничестве с правительством, будут наилучшим образом служить людям.

Генри Форд писал в книге «Моя жизнь, мои достижения», что его машины — очевидный пример теории бизнеса в действии». То же самое можно сказать и о системе Bell, воплотившей идеи Вейла в сфере коммуникаций. AT&T создавала частную монополию, которая при этом брала на себя обязательство служить обществу. Самая могущественная сеть в мире обещала обеспечить телефонными линиями всех американцев до последнего. Вейл заявлял о *«всемирной проводной сети для электрической передачи информации (письменного или личного общения) от любого человека к любому другому, где бы они оба ни находились; о системе столь же универсальной и масштабной, как сеть автодорог, протянутая от двери одного человека до двери любого другого»*. Тем вечером он совершенно справедливо предсказал: однажды «мы сможем звонить в любое место земного шара»<sup>7</sup>.

Выступавшему на банкете National Geographic Вейлу оставалось жить всего четыре года. Однако он уже реализовал идеологию Bell и построил коммуникационную систему, которая не только серьезно изменила общение людей на расстоянии, но и повлияла на развитие сфер телевидения, радио и кино — то есть на все медиатехнологии XX в.

Далее мы рассмотрим, как именно мировоззрение Вейла (можно назвать его идейным вдохновителем Цикла) оказало влияние на дальнейший путь телефонной связи и на все последующие информационные индустрии.



Для этого необходимо вспомнить некоторые эпизоды из истории компании Вейла и других подобных. Разумеется, каждая заслуживает отдельной книги, и немало трудов уже опубликовано. Но эта книга будет посвящена именно поворотным пунктам в информационном ландшафте XX столетия — тем особенным, критическим ситуациям, когда канал информации открывается или закрывается. Здесь прослеживается четкая схема. Каждые несколько десятилетий появляется новый способ связи, ослепляющий своими возможностями. Он дарит своему поколению мечты о лучшем обществе, о новых горизонтах самовыражения, об альтернативных формах журналистики. И все же любая новая технология в конце концов обнаруживает свои недостатки и ограничения. С точки зрения покупателей, уходит ощущение новизны, зато в той или иной степени появляется раздражение из-за качества информации (зачастую хаотической или пошлой), а также из-за ненадежности и небезопасности использования. С точки зрения бизнеса, изобретение может вызвать другие тревоги: угрозу снижения доходов от существующих информационных каналов (их влияние снижается или вовсе исчезает из-за новой технологии), сложности с тем, чтобы поставить услугу на поток, и избыточное многообразие стандартов или протоколов, из-за чего сложно выпускать высококачественный продукт, удовлетворяющий запросы потребителей.

Когда эти проблемы достигают критической массы и становится очевидна будущая упущенная выгода, невидимая рука рынка делает знак какому-нибудь гиганту вроде Вейла — или группе таких же, как он, часто с участием правительства. Эти люди обещают навести порядок в отрасли и сделать ее эффективнее на благо всех пользователей. Момент знаменательный: индустрия переходит на новый этап, становится централизованной и цельной. Обеспечивая более качественный или более надежный продукт, новый правитель-гигант провозглашает «золотой век» в истории данной технологии. Теперь работа отрасли основана на улучшенной схеме, дающей стабильную прибыль. Напрашивается сравнение с железной дорогой: поезда приходят вовремя, а монополист взамен получает определенный контроль над потенциалом технологии в плане свободы слова и технических инноваций. Подобный контроль необходим для сохранения всей системы и получения посреднических доходов при централизации. Изобретатели о нем даже не мечтали. И это тоже часть Цикла.

Так как истории отдельных отраслей развиваются параллельно, а наша главная задача — наблюдать за этапами Цикла, то повествование будет строиться следующим образом.



В части I прослеживается зарождение культурных и коммуникационных империй, первая фаза Цикла, и показывается, как развивалась каждая из новых информационных сфер начала XX века — телефон, радиовещание и кино — начиная с момента изобретения.

К 1940-м гг. каждая из этих отраслей, как в США, так и везде в мире, достигла стабильной и, казалось бы, постоянной формы, исключаящей любое вмешательство извне. Проводные коммуникации стали царством системы Bell. Крупные сети, NBC и CBS, управляли радиовещанием и при содействии Федеральной комиссии по связи готовились запускать по своему подобию новое средство информации под названием «телевидение». В то же самое время студии Голливуда крепко взялись за все аспекты киносинематографа — от персонала до кинопоказа. И вот в части II мы сосредоточимся на вопросах консолидации (зачастую с государственной поддержкой) информационных империй и на последствиях этого процесса, особенно для свободы самовыражения и технического совершенствования. С одной стороны, успехи информационных отраслей, достигнутые благодаря колоссальной централизации в 1930-х гг., могут вызывать законное восхищение. Однако, с другой стороны, мы увидим, что в это время проявилась наибольшая во всей американской истории враждебность к новым идеям и формам.

Но, как мы уже говорили, централизованные сферы в конечном счете сами становятся мишенью для атаки, и наступает следующая фаза Цикла. Порой она принимает форму инновации, которая пробивается сквозь все преграды и становится фундаментом «мятежной» отрасли. Появление персональных компьютеров и интернет-революция — как раз примеры такого развития, меняющего существующие правила игры. Сюда же можно отнести и подъем кабельного телевидения, хотя он и не окружен романтическим ореолом. Однако порой Цикл двигают не только и не столько изобретения. Бывает, что сами власти неожиданно выступают против информационных картелей и монополий, которым так долго покровительствовали. В части III мы исследуем ситуации, когда твердыни информационных монополий разбиваются после десятилетий процветания.

В 1970-х гг. каждая из великих информационных империй XX в. или серьезно пошатнулась, или разбилась на части, если вообще не канула в Лету, знаменуя тем самым новый период открытости — а также новый виток Цикла. Результаты этого процесса необычайно оживили экономику и культуру. Но, словно робот-убийца T-1000 из фильма «Терминатор-2», расколотые силы сливаются вновь — либо в поразительно похожих формах (как в случае AT&T), либо в образе новых организаций, называющих себя

конгломератами (реванш вещательных компаний и Голливуда). В части IV мы увидим, как вечный соблазн масштаба, который породил информационных исполинов в первой половине XX в., впоследствии воплотился в их новом поколении.

К началу XXI в. завершается второй большой круг Цикла. Единственным исключением в царстве информационных монополий становится новая сеть, которая может превзойти все предыдущие. В 1990-х гг., когда всё остальное было консолидировано, произошла так называемая интернет-революция. Однако, глядя на ее бурное течение, никто не мог представить, к чему ведет этот захватывающий канал информации. Возвестит ли интернет победу безгранично открытой информационной отрасли, опровергнув, таким образом, схему Цикла? Или, несмотря на свою невероятно децентрализованную структуру, он станет со временем следующей естественной целью для непобедимой информационной империи, объектом самой мощной централизации? Часть V подведет нас к этому главному вопросу, ответ на который все еще находится в области догадок. Однако я убежден, что лучшая основа для них — это история.

Читая эти строки, вы, возможно, спрашиваете себя: «Почему меня это должно беспокоить?» В конце концов, поток информации невидим, а его истории недостает эмоциональной составляющей, как в случае, скажем, Второй мировой войны или правозащитных движений. Невзирая на судьбу информационных империй, жизнь продолжается. Когда в 1950-х гг. специальный выпуск сериала «Я люблю Люси» собирал у телеэкранов более 70% семей, вряд ли кто-то видел в этом национальную проблему. И тем не менее поток информации, словно погода, определяет базовое направление нашего времени, атмосферу, в которой протекает наша жизнь и, самое главное, складывается характер нашего общества.

Иногда, чтобы заметить это, необходим свежий взгляд. В 1926 г., по пути из Малайзии в США, молодой английский писатель Олдос Хаксли наткнулся в корабельной библиотеке на занимательную книгу — «Моя жизнь, мои достижения» Генри Форда<sup>8</sup>. Это была яркая история создания фордовской технологии массового производства и огромных централизованных фабрик, работавших с невероятной эффективностью. Здесь можно было встретить и мысли Форда о таких вещах, как равенство людей: «Не может быть большей глупости и вреда человечеству в целом, чем настойчивое проповедование равенства всех людей»<sup>9</sup>. Но один момент особенно заинтересовал Хаксли, будущего автора антиутопии

«О дивный новый мир». Он обратил внимание, что Форд распространял свои убеждения не только на производство машин, но и на все формы общественного порядка: «Идеи, которые мы воплотили на практике, применимы ко всему — они не ограничены лишь автомобилями или тракторами. Это некий всеобщий закон, и я совершенно уверен, что он естественен».

Когда Хаксли, все еще под впечатлением рассуждений Форда, прибыл в Америку, он осознал нечто любопытное и одновременно пугающее: фордовское будущее становилось реальностью. Технологии сталелитейного цеха и завода по сборке машин были перенесены в сферы культуры и коммуникаций. Хаксли стал свидетелем того, как в США в 1926 г. уже функционировали прототипы структур, которые еще не распространились в остальном мире: первые коммерческие радиостанции, растущие киностудии и могущественная частная монополия AT&T.

Возвратившись в Англию, Хаксли написал статью в *Harper's Magazine* под заголовком «Взгляд на американскую культуру». В ней он утверждал, что «будущее Америки — это будущее мира». Он своими глазами наблюдал это будущее и был весьма удручен увиденным. «Массовое производство, — писал он, — прекрасная вещь, когда дело касается товаров. Но если речь идет о нематериальных ценностях, оно отнюдь не так полезно»<sup>10</sup>.

Семь лет спустя вопрос духовных ценностей поднял другой исследователь культуры и теоретик информации. «Радио — это самый влиятельный и важный посредник между идеологией и народом, — проницательно заметил Йозеф Геббельс в 1933 г. — Прежде всего необходимо четко централизовать всю работу радио»<sup>11</sup>.

Не стоит игнорировать прописную истину, гласящую: твои мысли определяются информацией, которую ты получаешь, подобно тому как твоё тело — тем, что ты ешь. Как ты слышишь голоса политических лидеров? Чью боль ты чувствуешь? И где берут начало твои надежды и мечты о лучшей жизни? Все это — следствие информационного контекста.

Мои попытки осмыслить этот процесс также направлены на понимание реальной сущности свободы слова без ложного теоретизирования. Порой мы думаем, что изучение Первой поправки к Конституции США\* — то же самое, что изучение проблемы свободы слова, но на деле это всего лишь маленький кусочек общей картины. Американцы идеализируют то, что судья Оливер Уэнделл Холмс назвал «рынком идей» — пространство, где каждый

---

\* Первая поправка к Конституции США гарантирует ряд свобод, в том числе то, что Конгресс не будет посягать на свободу слова. *Прим. перев.*

член общества может по праву проповедовать свои взгляды. Но в то же время сама форма и даже существование такого «рынка» гораздо сильнее зависят от структуры коммуникаций и отраслей культуры, чем от абстрактных ценностей. Нам свойственно относиться к информационным индустриям как к обычному бизнесу, но это не так: их структура определяет, кто будет услышан, а кто нет. Именно в этом смысле Фред Френдли, побывавший на посту президента CBS News, объяснил, что любым вопросам свободы слова предшествует вопрос о том, «кто владеет рубильником».

Непосредственно вдохновил эту книгу мой собственный весьма долгий прилив оптимизма, вызванный подъемом информационных технологий в конце XX — начале XXI в., ощущение почти нереальных возможностей, идеализм. Я был подвержен всеобщему возбуждению, когда работал в Кремниевой долине\* и когда писал о ней. И все же меня всегда поражало чрезмерное упорство, с которым нынешнее время называют небывалым. На самом деле это место нам знакомо — мы здесь уже были, хотя декорации и поменялись. И поэтому важно понять, как разворачивались судьбы технологий в XX в., — чтобы сделать XXI в. лучше.

---

\* Здесь и далее Silicon Valley переводится как Кремниевая долина, поскольку такой перевод корректнее и уже прижился в русском языке. *Прим. перев.*