

BUZZFEED I

Джона Перетті, що введенням у новинний бізнес науки даних про вірусність перевернув його догори дригом, з'явився на світ, у якому люди ще знали, як гортати газету. Виріс він неподалік від гаража, де двійко хлопців із однаковими іменами Стів майстрували те, що стало першим комп'ютером *Apple*. Його мати й батько — шкільна вчителька й адвокат у Оклахомі, Каліфорнія — чудувалися сином, що любляв розмовляти з чудовиськами людського розміру, зліпленими ним самотужки з глини. Його творіння були такими фантастичними й переконливими, що їх взяла для показу місцева художня галерея. Проте він не надто захоплювався книжками.

За спогадами молодшої сестри Челсі, що самоствердилася як успішна акторка й стендап-комік, її сухоребрый брат був балакучим і розвиненим не по літах. Їхні батьки розлучилися, коли йому було шість. Брат із сестрою зростали у власному світі. Але кожний день початкової школи був для Джони, за його пізнішими спогадами, семигодинним покаранням, що залишало в ньому відчуття «невидимості й незначущості». Під час уроків його пригнічувала «самотність у класі серед незнайомих дітей, що проводили час над перетвореннями незрозумілих символів». Він уникав учителів, ховаючись у туалетній кабінці, аби поплакати. Навіть перейшовши до третього класу, Джона все ще не вмів читати й, повівши його до психолога, мати почула вирок, про який давно підозрювала: в її сина дислексія.

Мачуха й батько Перетті знайшли розраду в тому, що, можливо, їхній син не менш здібний, просто його мозок має іншу прошивку. Так, на уроках мистецтва, поки інші діти виготовляли банальні маленькі горщики, вчителі не могли надивуватись анатомічній складності скульптур, які виготовляв практично неписьменний хлопець.

«Мета пізнання полягала не в тому, щоб бути правильним, а в тому, щоб робити щось цікаве, провокативне й оригінальне, — писав він. — Коли в школі я грав за правилами в правильне й неправильне, я завжди програвав. Натомість дорослі завмирили від здивування й захоплення, коли я конструював щось неординарне в студії».

Зрештою, він таки навчився читати й саме тоді закинув глину, проте ніколи не втрачав інтересу до зв'язку між мистецтвом і технологією. У старшій школі він захопився філософією й економікою. Комп'ютер він опанував інтуїтивно. Друг його матері дозволив йому побавитися з ранньою моделлю *Macintosh*, і Перетті неможливо було від неї відірвати. «Мені подобалося, що за допомогою комп'ютера можна творити», — згадував він. Джона уклав угоду з батьками, що виконуватиме додаткову роботу по саду за скромну винагороду, й витратив одержані гроші на купівлю власного *Mac* у магазині секунд-хенду.

Під час літніх канікул для підробітку Перетті викладав і ремонтував комп'ютери в денних таборах. Час, проведений перед екраном, він доповнював самостійним ознайомленням із питаннями філософії, велосипедними прогулянками й облаштуванням невеликого загальнодоступного саду під будинком. Його сестра згадує ці роки як «дні завзяття».

Перетті закінчив середню школу в 1992 році й вступив до Каліфорнійського університету в Санта-Крус, де урівноважував спеціалізацію з дослідження доквілля читанням Фуко, Барта, Маркса, вивченням JavaScript і HTML. Його дипломна робота, опублікована в британському кварталному виданні *Environmental Values*, стосувалася нової на той час екологічної доктрини під назвою міксокологія.

Він випустився з *Phi Beta Kappa*, не маючи уявлення, що робити далі. Ознайомлення з кількома технічними стартапами в регіоні змусило зрозуміти, що стиль життя офісного планктону його не приваблює. Тож він вирішив на якийсь час піти по стопах своєї матері та стати вчителем. Він заповнив анкету і відніс її до відділу працевлаштування вчителів, повідомивши: «Я піду куди завгодно». Його відправили до школи Ісідора Ньюмена — ексклюзивного приватного закладу в центрі Нового Орлеана, що вирізнявся розумним студентством і знаменитою футбольною командою: серед

випускників цього закладу були письменники Волтер Айзексон та Майкл Льюїс, а також футбольні легенди — Гарі Пейтон та Елі Меннінг.

Він викладав чотири різних курси — і в класах для дошкільнят, і в старших класах. Крім того, він керував комп'ютерним відділом, де в його підпорядкуванні було 15 учителів, жодного з яких не тишив обов'язок звітувати вдвічі молодшому за них чоловікові, що мав до того ж відповідний вигляд. Його цибате тіло ще не набрало маси. (Та ніколи й не набере.) Тож Джона вирішив носити краватку.

Як учитель-початківець він заробляв лише 24 000 дол. на рік, але завдання зробити незрозумілу технічну сферу інформатики доступною дітям приносило задоволення. Він навчав учнів, що таке ймовірність і як її оцінити та чим є випадковість на відміну від порядку. Його учні створювали власні вебсайти, вчилися писати програми, генерували політичні петиції й доповнювали вивчення історії віртуальними рольовими іграми. Його клас став своєрідною дослідницькою лабораторією, де можна було тестувати опанування цими молодими умами амбітних понять і процесів та їх адаптацію до реального життя. Часом він вносив зміни у свої уроки через спеціальні потреби шестикласника з дислексією, якого директор уже списав як проблемну дитину. За рік навчання з паном Перетті ця дитина змогла розробити оригінальну версію відомої комп'ютерної гри *Myst*.

Культура Луїзіани була далекою від того ліберального анклаву, в якому він виріс. Його строката пара черевиків з крилами від John Fluevog та інді-музика, яку він слухав, виділялися на тлі ново-орлеанського джазу й автопікапів. Смаки Перетті приваблювали кмітливих учнів, що записувалися на вибіркові курси про комуністичних і постмодерністських філософів, які він викладав. Один із цих класів він повіз у шкільну мандрівку до Нью-Йорка, де троє особливо захоплених студентів відправилися до Грінвіч-Вілледж, аби там купити такі самі черевики Fluevog, як їхнього у вчителя. Одна учениця з цієї когорти, Пеггі Вонг, залишиться на зв'язку зі своїм викладачем і стане однією з його перших співробітниць у *BuzzFeed*.

Ночами Перетті відновлюватиме зв'язки з філософами, яких читав у коледжі, й писатиме ерудовані статті до маловідомих академічних видань. Одна з них під назвою «Капіталізм і шизофренія»,

написана в перший рік його викладання в Новому Орлеані, скаржилася на дезорієнтацію, яку викликає потік комерційних зображень в інтернеті та на телебаченні — тренд, що 1996 року тільки зароджувався. Лише значно пізніше ця тема стане поживою для мільярдів книжок і досліджень про те, як мережа скорочує наші цикли уваги.

«Швидкість поширення та споживання зображень, що постійно зростає в добу пізнього капіталізму, потребує відповідного збільшення швидкості, з якою індивіди приймають та позбуваються ідентичностей, — писав він. — Суб'єкт під час споглядання, що не може відлипнути від екрана, ототожнює себе з ідеологічно навантаженим “образом-репертуаром”, у якому “зображення повинні мати певне наповнення для уможливлення стадії дзеркала в процесі ідентифікації”». Сама стаття читається як останній подих ідеаліста у шелепах капіталістичної машини. Це тим паче іронічно, що лише за якимсь десятиріччя його автор побудує мільярдну компанію для обслуговування найбільших світових брендів, живлячись на тих самих слабких місцях колективного несвідомого споживачів. Роками пізніше, коли один із репортерів віднайшов цю статтю та запитав Перетті, чи підірвав *BuzzFeed*, на його думку, чи капіталізував явище, яке колись критикувалося, Перетті відповів: «LOL».

На вихідних він їздив на академічні симпозиуми, щоб обговорювати майбутнє. На одній конференції із соціальних мереж, що відбулася на порозі міленіуму, він зустрів аспіранта з Корнелла на ім'я Дункан Воттс, який розробляв математичну модель того, як цвіркуни передають інформацію. Результатом стала теорема Воттса-Строгаца, яка описує риси, що характеризують мережу «малого світу», коли за допомогою кількох коротких стрибків можна потрапити з одного вузла в будь-який інший. У коледжі Перетті захоплювало питання про те, як явища підхоплюються й передаються від людини до людини, але до цього моменту він не наважувався повірити, що може існувати науковий принцип, який це пояснив би, не кажучи вже про способи відтворити вірусні явища в лабораторних умовах.

Після п'яти років перебування в Новому Орлеані 2001 року Перетті подав заявку на навчання в медіалабораторії MIT (Массачусетський технологічний інститут), де міг би повністю присвятити

себе своїй одержимості творчістю на базі технологій. Лабораторію заснував та очолював Ніколас Негропonte, цифровий оптиміст, чия книга «Бути цифровим» (*Being Digital*) передрікає кращий, взаємопов'язаний світ. Час, що Перетті провів у *Media Lab*, був для нього канікулами, якими він ніколи не міг насолодитися в дитинстві. Він описував MIT як свій ігровий майданчик, де «моя мета така сама, як у решти, — створити щось цікаве». Там він познайомився з Камероном Марлоу, який стане керівником науки про дані у *Facebook*, — на той час він був аспірантом, що працював над дисертацією про «медіазаразність». Висновки Марлоу суперечили теорії Воттса. Він стверджував, що вірусний контент неможливо сконструювати, відтворити або передбачити. Проте незабаром Перетті доведе, що він помилявся.

* * *

У певному сенсі *BuzzFeed* народився як розіграш. Для просування через інтернет *Nike* запустив вебсайт, де покупці могли персоналізувати взуття, вибравши кольорову схему та додавши прізвисько чи обрану фразу. 27-річний Перетті запропонував власний дизайн пари взуття, прикрашеної словом *sweatshop* («потогінка»), — очевидне посилення на репутацію *Nike* за використання дешевої робочої сили для виробництва своїх товарів за кордоном. *Nike* відповів, що напис Перетті містить «недоречний сленг». Проте Перетті знав: справжньою причиною відмови було те, що *Nike* захищав свої потогінки.

«Після консультацій зі словником Вебстера, — написав у відповідь Перетті, — я виявив, що насправді *sweatshop* є частиною літературної англійської мови, а не сленгом... Ваш вебсайт рекламує, що програма *NIKEiD* — це “свобода обирати та виражати, хто ти є”. Я поділяю любов *Nike* до свободи й особистого самовираження. На сайті також написано: “Якщо ви хочете, щоб щось було зроблено правильно... побудуйте це самі”. Я був у захваті від можливості сконструювати мої власні черевики, й мені було надано особистий *iD* як невеликий знак вдячності працівникам майстерні, готових допомогти мені втілити моє бачення». Підсумком обміну електронними листами стало повідомлення представника *Nike*, що твердо відстоював відмову, та сарказм Перетті, що лише зростав. «Мені

хотілося б звернутися з одним невеликим проханням. Чи не могли б ви надіслати мені кольоровий знімок 10-річної в'єтнамської дівчинки, що виготовляє мої черевики?» Відповіді він не отримав.

Він переслав цей ланцюжок повідомлень групі друзів, які визнали його достатньо кумедним, щоб поділитися ним із іншими своїми друзями, і доки Перетті встиг отямитися, велика інтернет-спільнота гула про електронні потогінні листи *Nike*. Перетті запустив справжню ланцюгову реакцію й побачив, що вона охопила мільйони людей на всіх семи континентах. Він отримував цілодобово дзвінки від репортерів. Кеті Курік запросила його на шоу «Сьогодні», щоб обговорити трудові права з керівником PR-відділу *Nike*. Сидячи перед камерами, Перетті думав із подивом: «Чому тут я, а не люди, що присвятили своє життя боротьбі за права людини?»

Він описував, як те, що почалось у формі жарту для вузького кола друзів, «стало ширитися світом, наче вірус». Спостерігаючи за розвитком свого дітища, Перетті раптом збагнув, що цей ланцюжок повідомлень діяв згідно зі схемою, яку він вивчав на своєму університетському курсі біології. «Без жодних зусиль, — писав він, — я запустив те, що Річард Докінз називає мемом. Докінз описує мем як “одиницю культурної передачі”, як-от “мелодії, ідеї, влучні фрази, тренди”», які підхоплює публіка. «Найголовніша якість мемів, — додавав Перетті, — це їхня здатність розмножуватися, “передаючись від мозку до мозку”». Таким чином, Перетті виявив той самий феномен, що й розмови цвіркунів, які так захоплювали його в роботі Воттса.

У *Media Lab* він розмірковував над обставинами зростання своєї популярності в розмовах зі своїм другом Марлоу, який досі вважав, що таке неможливо повторити двічі. Він запропонував Перетті знову запустити вірус, і після невеликого затишшя тому це вдалося. Разом зі своєю сестрою Перетті вигадав те, що назвав «лінією відмови» — телефонний номер, який люди могли б давати небажаним залицяльникам/цям. Коли ті телефонували на вказаний номер, автовідповідач запускав повідомлення: «Особа, що дала вам цей номер, не хоче з вами розмовляти чи бачитись знову. Ми хотіли б скористатися можливістю, щоб офіційно про це вам повідомити». Гаряча лінія швидко переповнилася дзвінками, що

займали всі вісім ліній, а потік додзвонювачів чекав на можливість пробитися. Завдяки цьому проекту Перетті заслужив овації. В одній з хвалебних статей його оголосили «хлопчиком, що розвішує афіші для партизанських медіа».

За рік він влучить у яблучко втретє, об'єднавшись із сестрою для створення пародійного вебсайта під назвою *Blackpeopleloveus.com* (Чорнілюдиналюблять.com), який насміхався над афектованими заявами білих про расову чутливість. Таким чином, Перетті зробив достатньо для офіційного спростування теорій Марлоу. Резонанс від листування з *Nike* затих через шість місяців, «Лінія відмов» через три, *Blackpeopleloveus* — через один. Незважаючи на те, що його вірусні тріумфи мали дедалі менший життєвий цикл, Перетті виховував вірусність, і це підказувало йому напрям, у якому рухаються онлайн-медіа. «Мережі та можливість ділитися контентом ставали дедалі взаємопов'язанішими, тож медіа могли поширюватися швидше», — зауважив він. Відповідно до того, як обмін речовин в інтернет-аудиторії прискорювався, її апетит до контенту зростав. Перетті до цього адаптувався.

Він створив новий термін для своїх експериментів: «заразні медіа». У маніфесті в 23 пунктах він виклав його тези. «Для дизайнера заразних медіа важить єдине — як інші бачать його роботу, — писав він. — Аудиторія — це мережа й критик». Щоб бути успішним, «проект вірусного медіа має бути найпростішим втіленням ідеї», «його можна пояснити одним реченням чи менше», наприклад, «телефонна лінія для небажаних прихильників» чи «техніка створення кошенят-бонсай».

Спрощення змісту й відмова від контролю над поширенням контенту аудиторії були наріжним каменем відкриття Перетті про заразність. Цей напрям роботи, зрозумів він, не потребував особливого розуму чи оригінальності. Радше він вимагав передусім чутливості до примх і слабкостей мас. Інтернет був завітчаною лінією життя для людей, яким без нього бракувало б розради з їхньою щоденною виснажливою працею. Перетті визначив, що це був ідеальний момент для пропозиції опіату, якого вони прагнули.

Те, що заразні медіа здавалися банальними й нешкідливими, робило їх ще привабливішими; наче мелодія з вантажівки морозива, вони проникали в наші голови. Проте Перетті прекрасно знав,