

AT&T 3G

6:16AM



Антон Казун
Поколение iP

Антон Казун

Поколение iP

*Текст предоставлен издательством
Поколение iP: Издать Книгу; 2014*

Аннотация

Документальная повесть, вошедшая в лонг-лист российской литературной премии «Дебют» 2013.

Плейер в ушах, iPhone, порнография, строгая диета, вечеринки и большие надежды на будущее – книга рассказывает о новом типе молодых людей с точки зрения их самих, ставит вопросы о любви, успехе, власти и безысходности.

Мы родились в 80-90-ые. Мы не знаем, куда идем, но на всякий случай движемся в сторону власти и денег. Мы не знаем, что ждет нас через год или два, хотя распланировали все на десять лет вперед. Мы не верим никому, но очень любопытны. Мы поколение iP – то самое, что пришло на смену поколению Pepsi. Тук-тук. Пора уступить нам место.

Кто мы такие и кем мы станем? Каким будет мир, созданный нами? Неожиданное знакомство с необычной девушкой Киной приносит в жизнь обычного 21-летнего юноши новые ощущения и подталкивает его к ответам на эти вопросы. Но какой будет плата за его любопытство?

Содержание

Пролог	5
Часть 1. Generation	9
iШерлок	9
Погоня за личной жизнью	22
Events	33
Детство и память	41
Конец ознакомительного фрагмента.	42

Антон Казун

Поколение iP

Все права защищены. Никакая часть электронной версии этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для частного и публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав.

Пролог

Когда-то в нашей стране жило поколение, довольствовавшееся стабильной работой, небольшой квартиркой и несколькими глотками холодного Pepsi на праздник. Сейчас, сидя в баре с Long Island Ice Tea за 400 рублей, я пытаюсь понять, как получилось, что мое поколение пошло совсем другим путем? И что такого в этом неправильно приготовленном напитке может стоить как 10 литровых бутылок Pepsi? Ответ кроется не в пафосе или «понтах» – слове более характерном для прошлого поколения. Для них это действительно все еще понты, но не для нас.

За соседним столиком напротив меня как раз сидит представитель предыдущего поколения, очень яркий его представитель – господин Н. Когда-то в 90-ых он был одним из тех, кто управлял нашей страной, а сейчас довольствуется местом в авангарде оппозиции. Нисходящая вертикальная мобильность не сделала его беднее – он поселился в президентском люксе за 80 тысяч в сутки, тогда как другие участники данного форума, в том числе и я, живут в лагерных (пионерско-лагерных) условиях всего за 2400 за уик-энд. Человек прошлого разглядывает меня, пытаюсь понять, что я тут делаю. Или возможно он оценивает, не стоит ли ждать от меня неприятностей? Нет, не стоит – он отворачивается в сторону своего бокала.

Я не бросаюсь за автографами, хотя мимо меня прошли многие известные политики. Они именно прошли мимо, им незачем замечать таких людей как я. Мы не гоняемся за автографами. Мое поколение в лучшем случае просит сфотографироваться на iPhone, хотя лично я и фотографии не коллекционирую. Но согласитесь, что фотография со знаменитостью дает ее владельцу даже больше, чем автограф. Автограф ляжет в стол и будет доставаться лишь в определенный момент, когда, например, надо «принимать гостей». Мы не принимаем гостей, нам негде их принимать. Зато мы выкладываем фотографии в социальные сети, чтобы их увидели все наши знакомые.

Итак, мы с господином Н. пьем примерно одно и то же, я даже склонен заметить, что мой напиток дороже, чем его. Но у меня нет больших денег, нет работы, нет людей, которые бы оплачивали мою праздность. Так какого черта я здесь делаю? Какого черта мы, поколение iP, делаем в непосредственной близости от сильных мира сего? Уж не для того ли мы здесь, чтобы полюбоваться на реликвии прошлого и убедиться в том, что прошлое неотвратимо клонится к своему закату?

Я никогда не понимал молодых людей, покупающих продукцию Apple. Для них цена может означать не месяц и не два работы, но никто не считает зазорным потратить все, что было нажито непосильным трудом, на дорогое воплощение современности. Бизнес-буки покупают бизнесмены и представители поколения iP. Коктейли за 400 рублей покупают

бизнесмены и представители поколения iP. Что же мы, черт возьми, такое за поколение, научившееся находиться там, где ему не положено быть? Пусть непостоянно, пусть ненадолго, но каждое следующее наше приближение к вершине все более продолжительно.

В этом коктейле намешано само время. Я понимаю, что точно такой же коктейль мог стоять и 200 и 2000 рублей в зависимости от того, где он подается. Я даже знаю, что коктейль этот приготовлен неправильно, поскольку мне есть с чем сравнивать. Но это не имеет значения. Куда более неприятно, когда Long Island Ice Tea приходится пить быстро. Никто не будет покупать кучу коктейлей и пить их также как водку. Разве что представитель другого поколения, для которого они все еще значат лишь показную праздность.

Что же мы такое? – задаю я себе этот непростой вопрос. Проще сначала ответить на вопрос – что я сам такое? Мне 21, я с отличием закончил бакалавриат, у меня нет постоянной работы, но за последние полгода я заработал порядка 100 тысяч. Для представителя поколения iP – это неплохой результат. По крайней мере, этот результат дает право на членство в iклубе. Вот только я в него сознательно не вхожу, по крайней мере, пока не вхожу.

Впрочем, не нужно ограничивать членство в поколении iP счастливыми обладателями яблочной продукции. Это поколение гораздо масштабнее даже в сравнении с огромными продажами Apple в прошлом году. И это поколение уже на-

стучит, вдалеке слышен стук, означающий его приближение – стук тысяч и тысяч пальцев по клавиатуре. Они уже раскидали в Angry Birds всех свиней и теперь на уровне «Inferno» охотятся на самого дьявола, скоро им этого окажется мало, и они свергнут какое-нибудь правительство. Я знаю, что такое поколение iP, все мы это прекрасно знаем, хотя немногие рискнули бы называть себя именно так.

Раздается звонок. Номер не определился, но я знаю, кто звонит. Я редко запоминаю телефонные номера, даже номера своих телефонов выучиваю болезненно долго. Я не записывал этот номер в телефон, но цифры надежно отпечатались в моем сознании.

Мне страшно поднимать трубку, но одновременно мне очень хочется ответить. У некоторых людей среди знакомых есть «злой гений» – тот, кто одновременно похож на тебя, но в то же время тратит твои таланты на вещи, противоречащие твоим убеждениям. С такими людьми общаться одновременно и приятно и опасно. Именно такой человек сейчас мне звонит. Я беру трубку.

Мой личный «профессор Мориарти» по ту сторону трубки говорит мне очень странные вещи. Он предлагает встречу на мосту (практически у водопада...) Я без колебаний соглашаюсь на эту встречу для того, чтобы завершить свою книгу.

Часть 1. Generation

iШерлок

В последнее время снова обострился интерес публики к творчеству Артура Конана Дойля, что повлекло за собой рождение новых книг, фильмов и сериалов, смело трактующих классический сюжет. Особенно замечателен сериал «Шерлок», смотря который, представители моего поколения заново открывали для себя «дедуктивный метод». Думаю, что образ гения всегда будет пользоваться спросом, будь то Шерлок Холмс или анимешный детектив L. Аналогичным спросом будут пользоваться и не менее гениальные злодеи, так после просмотра 6 серии «Шерлока» мои знакомые один за другим начали рассуждать о «своем личном Мариарти». Неужели это такой распространенный феномен? Или просто все настолько самонадеянны, что видят в себе гений знаменитого сыщика? На мой взгляд, ответ на второй вопрос должен быть положительным.

На самом деле данная дискуссия не имеет ни малейшего отношения к той истории, которую я собираюсь рассказать, хотя если бы не было игры в Шерлока Холмса, то значительная часть событий просто не произошла бы.

Честно говоря, я всегда считал «дедуктивный метод» ав-

торской спекуляцией, не имеющей отношения к реальности. Нельзя по столь незначительным фактам делать точные выводы – большинство рассуждений неминуемо были бы ошибочными. Посмотрите на людей – можете ли вы сказать о них хоть что-нибудь? В основном они сливаются в безликую и анонимную массу. Но любой навык приходит с опытом. Начав наблюдать за людьми, я понял, что «дедуктивный метод» не столь уж невозможен. Ниже я изложу некоторые общие принципы игры в Шерлока Холмса, к которым я пришел в ходе своих наблюдений.

Первое, на что нужно обращать внимание – это обувь. Никакая другая деталь одежды не расскажет вам о человеке больше, чем его обувь. Она имеет три ключевых параметра – цена, новизна, чистота. Дайте ответ на несколько простых вопросов. Сколько примерно стоит обувь объекта (если ответ дать непросто, походите немного по магазинам и рынкам – в мире не так много вариантов обуви, как кажется)? Как давно она куплена? Как часто он ее чистит? Вы вполне способны дать ответы на эти вопросы, но что они нам дают?

Сами по себе ботинки, как и любая другая деталь гардероба, почти ничего не значат без контекста. Это правило номер № 1 – всегда учитывать контекст. Какая на улице погода? Был ли дождь? Если на обуви засохшая грязь, то почему? Человек едет из дома, и он не обратил внимания на то, что его обувь в грязи? Или сейчас вечер и он возвращается с работы? Это уже что-то, но далеко не все. Достаточно ли

тепло человеку в такой обуви? Если нет, то почему он одет не по погоде? Ответов на эти вопросы мы не получим до тех пор, пока не переместимся немного выше.

Рассуждать об одной только обуви можно почти бесконечно. Анализ необходимо начинать с нее еще и потому, что ни у кого не вызывает подозрений, когда незнакомец смотрит тебе под ноги. Пристально разглядывать другие части тела иногда может быть неприлично. В любом случае обувь дает нам некоторую «зацепку» для дальнейшего анализа.

Допустим, что объект носит джинсы. Насколько потертой является их нижняя часть? (сами по себе джинсы нас, как правило, не волнуют). Джинсы загнуты, подшиты или куплены в соответствии с ростом? Если загнуты – то это сразу означает для меня очень многое. Рассмотрев сотни людей, которые не обрезают нижнюю часть джинсов, а загибают ее, я пришел к выводу, что так ведут себя «интроверты». Это один из самых простых и точных выводов, которые можно сделать о человеке, хотя даже само деление людей на интровертов и экстравертов является неточным. Делая такой вывод, нельзя забывать, что некоторые люди из-за роста никогда не могут найти подходящий размер, а потому загнутые джинсы в их случае могут не означать ничего.

Почему интроверты носят загнутые джинсы? Я точно не знаю, но они их носят. Возможно, для них внешний вид значит не очень много, а от джинсов требуется лишь их утилитарное свойство. Возможно, они чувствуют неловкость при

походе в ателье, возможно в самом магазине им не хватает терпения, чтобы подобрать нужный размер. Вариантов объяснения может быть немало, но «дедуктивный метод» не даст ответа.

Следующий шаг после осмотра обуви – классификация. Разумеется, классификация наблюдаемых объектов тоже приходит с опытом, но некоторые типы людей встречаются достаточно часто. Например, часто встречаются «one color man» – человек, одетый исключительно в один цвет (как правило, черный), если цвета только два – то это тоже некоторая отличительная черта. Далее можно выделять стили – спортивный, клубный (как ни странно, в крупных городах он также является отличительной чертой гастарбайтеров), деловой, хипстерский, урбанистический и др. Бывают и очень тонкие типы, например в метро часто можно увидеть женщин, нарядно одетых сверху, но с совершенно пугающей нижней частью тела. Таких людей я называю «человек-прилавок», поскольку по моей гипотезе они работают за прилавками или кассами, а клиенты могут видеть только верхнюю часть их тела.

Размышлять по поводу классификации людей я мог бы практически бесконечно. Наверно, стоило бы написать об этом отдельную книгу, хотя гораздо интереснее лишь заинтриговать читателя и предложить ему продолжить анализ самостоятельно.

Стоит оговориться, однако, что большинство выводов о

людях, которые можно сделать, пользуясь дедуктивным анализом, окажутся неверными, да и проверить их зачастую невозможно. Но можно развлекать себя придумыванием биографий для прохожих – занятие не хуже, чем чтение какой-нибудь глупой книжки.

Идеальным местом для упражнений в дедуктивном методе является метро. За время поездки ты можешь беспрепятственно разглядывать людей, а чтобы твои наблюдения сильно не бросались в глаза, необходимо лишь регулярно менять объект. Но иногда человек замечает, что за ним наблюдают...

Однажды и я сам замечаю, что на меня пристально смотрят. Напротив сидит девушка и с интересом разглядывает меня. Причем разглядывает она меня по-особому, именно так, как я разглядываю других – я научился отличать дедуктивно блуждающий взор от обычного интереса.

Я уже изучил нескольких людей, сидящих напротив, но девушку заметил только сейчас. Когда ты поглощен анализом одного объекта, то часто не замечаешь, что происходит вокруг – можно даже увлечься и проехать свою станцию. Девушку видимо тоже заинтересовал мой блуждающий взгляд.

Есть еще один тип людей, который крайне часто встречается в начале «игры в Шерлока», но очень редко появляется в конце – это «никакие» люди. Ты смотришь на ботин-

ки, одежду, детали гардероба, но не можешь зацепиться ни за что. Когда встречаешь таких людей, по спине пробегают мурашки. Иметь «никакой» образ в толпе, поддающихся классификации людей, весьма непросто. Создать «никакой» образ гораздо труднее, чем просто создать хороший образ...

Чаще всего «никакими» оказываются мужчины (в рамках своей игры я всегда называл их шпионами или агентами спецслужб), но тут я впервые встречаю девушку. Хуже того, эта девушка весьма пристально разглядывает меня.

Моя остановка. С немалым облегчением я выхожу, а девушка едет дальше.

И что на меня нашло? Обычная девушка – просто любопытная, как и я.

Последним этапом первичного осмотра человека является поиск необычных деталей одежды. Это может быть что угодно – кольцо на большом пальце, яркая заколка, хипстерский шарфик поверх делового костюма, порванная сумка и т. д. Этот предмет должен стать еще одной «зацепкой» и отправной точной для конструирования биографии наблюдаемого объекта.

Есть еще несколько полезных приемов, которые я выработал, наблюдая за людьми. Первый из них – «дорисовать образ»: часто анализ объекта начинается со спины и бывает трудно определить пол или возраст человека. Но я все равно делаю соответствующие предположения, а потом обгоняю

человека и смотрю, совпали ли мои догадки с реальностью. Если совпадения не произошло – то почему? Быть может, человек одет немного не по возрасту или женщина выбирает «мальчиковый» образ. Этот прием дает нашему разуму дополнительный толчок, поскольку не все элементы образа можно сознательно увидеть.

Второй прием – «сравнить со знакомыми». Допустим, вы выделили несколько «зацепок» и даже отнесли человека к определенному типу, но что дальше? Дальше можно покопаться в своей памяти и вспомнить, кто из ваших знакомых обладает похожими характеристиками. Быть может, между наблюдаемым объектом и вашим знакомым есть еще что-то общее?

Я выхожу из метро и двигаюсь в направлении вуза. Звонит телефон. Номер звонящего не определяется. Что ж – это может быть кто угодно. Беру трубку, хотя я и не люблю отвечать, если не знаю, кто звонит.

– Алло.

– Здравствуй, Антон.

– Здравствуйте, а кто это?

– Мы 20 минут назад разглядывали друг друга в метро.

Это такой высокий пилотаж, что мне и не снилось. Как эта девушка меня вычислила? Возможно, она знает меня, но я не знаю ее. В моем вузе меня знают многие студенты, но в то же время я не могу запомнить всех.

– Чем могу быть полезен?

– Ты даже не спросишь, как я тебя вычислила? – удивляется девушка.

– Я думаю, что знаю, – отвечаю я.

– Тогда давай встретимся. В кафе «N» около твоего вуза, после занятий.

Я спокойно договариваюсь о встрече. Тот факт, что девушка упоминает мой вуз и знает, когда у меня заканчиваются занятия, окончательно убеждает меня в верности моих предположений.

Дедуктивный анализ – это процесс, который требует большого умственного напряжения. Как правило, уже после 20–30 минут напряженного изучения людей мозг начинает уставать и отказываться от дальнейшей работы. Для того чтобы некоторым образом стимулировать его работу, сам процесс изучения нужно делать интересным. Так названия придуманных типов людей должны быть яркими и запоминающимися. Помимо названного выше «человека-прилавка» в мою классификацию входят «выдра», «красный барон», «невидимка», «пьяная вишня» и другие. Такие названия позволяют моему мозгу не забыть их, хотя и формулировки я беру не с потолка. Например, «пьяными вишнями» я называю девушек с раскрасневшимся лицом, вульгарной косметикой и доминирующим красным цветом в одежде, которых часто можно встретить вечером возвращающимися в подвыпившем состоянии домой.

Последний этап анализа – конструирование биографии. Разрозненные «зацепки», контекст и все прочие детали необходимо соединить вместе, чтобы создать связную картину. Что делал этот человек, когда пришел домой? Если он собирался в спешке, то почему? Ждет ли дома супруг? Кем он может работать? Много ли зарабатывает? Вопросов, которые вы можете себе задать – великое множество. Но не на все из них одежда способна давать ответы. Главный вопрос, на который вы должны получить ответ: «Какое «сообщение» передает образ человека?» Иными словами, как он позиционирует себя в пространстве? О чем он думал, выбирая в магазине тот или иной элемент одежды? Выбирал ли он его сам – или его ему купила девушка/мама?

– Меня зовут Кира, – представляется девушка.

– Тогда меня зовут L, – шучу в ответ я. – В любом случае ты уже знаешь, как меня зовут и, возможно, уже внесла мое имя в свою тетрадь.

– С этим я пока не спешу, – смеется Кира. – Несмотря на мою нелюбовь к сериалам, именно этот я считаю вполне приличным.

Речь идет об аниме-сериале «Тетрадь смерти».

Так и началось наше знакомство. Наступило молчание, которое нарушилось лишь тогда, когда мы делали заказ. Все это время мы продолжали разглядывать друг друга.

– Ты точно понял, как я тебя вычислила? – интересуется

ся, наконец, Кира, – Я думала, ты удивисься.

– Я удивился и даже испугался, – отвечаю я. – Но ты наверно учишься где-то в моем вузе и, вероятно, видела меня раньше.

– Ах вот оно что, – хмурится девушка, – Я то думала, что ты просчитал ход моих мыслей, а все так просто. Что ты ответишь, если я скажу, что видела тебя в поезде в первый раз в жизни?

Я задумался.

– Если так, то, во-первых, ты должна была связать меня с вузом, – начинаю размышлять я. Кира одобряюще улыбается, но молчит. – У меня на сумке висит значок – по нему ты и догадалась. По идее этого уже достаточно, чтобы меня вычислить, просматривая страницы в социальных сетях всех студентов мужского пола... Но этот способ долгий, а ты позвонила уже через 20 минут при том, что часть времени провела в метро.

– Ход мыслей пока верный, – кивает Кира, – Продолжай.

– Ты определенно нашла меня «В контакте», так как именно там есть номер моего телефона, – начинаю я рассуждать с другой стороны. – Но как ты смогла сократить число возможных вариантов?

Девушка еще раз улыбнулась, но подсказывать мне, по всей видимости, не собиралась.

– Тебе нужно было узнать, по крайней мере, мой факультет, – предполагаю я после минутного молчания, – Но как?

... Ты знала станцию, на которой я вышел. Время было учебное, а я ехал с сумкой. У моего вуза есть несколько зданий. В ближайшем здании к станции метро, на которой я вышел, находится лишь два факультета, причем небольших. Это сильно сокращает диапазон вариантов.

– Браво, – радостно хлопает в ладоши Кира.

– И ты посмотрела расписание, – добавляю я. – Но расписание ты нашла уже после того, как обнаружила мою страницу.

– Почти все верно, – улыбнулась Кира, – Еще я начала именно с факультета социологии, поскольку ты не очень похож на политолога. Я сначала промахнулась, посчитав, что ты на курс младше, но в итоге все равно быстро нашла. Хорошо, что твоя аватарка более-менее соответствует действительности.

– Здорово, – восклицаю я. Вся эта история кажется мне весьма забавной. Вот уж действительно век высоких технологий. – К сожалению, про тебя я почти ничего не могу рассказать.

Описанная выше процедура знакомства является, пожалуй, одним из наиболее ярких примеров успешного использования «дедуктивного метода» на практике. Действительно, нужно лишь связать человека с вузом и контекстом, чтобы узнать его имя. В моем случае «зацепкой» был значок на сумке – без него вся процедура опознания оказалась бы

невозможной.

Так или иначе, Кира оказалась гораздо более успешным Шерлоком Холмсом, чем я. Мы много часов обсуждали различные возможности «дедуктивного метода», а также современных людей, влияние новых технологий и другие темы, совсем нетипичные для пары молодых людей, сидящих в кафе.

– *Перед уходом я задам один простой вопрос, – говорит мне Кира, – От ответа на него будет зависеть то, встретимся мы с тобой еще раз или нет.*

– *Хорошо, – киваю я, – Хотя не понимаю, зачем такие трудности.*

– *Какое свое качество ты считаешь главным? – спрашивает девушка.*

– *Любознательство, – в ту же секунду отвечаю я. Именно на этот вопрос у меня давно есть честный и готовый ответ.*

– *Всего доброго, – улыбается Кира и быстро уходит.*

Но я почему-то знаю, что мой ответ был правильным.

В последнее время в толпе я начал замечать новый тип людей, тех самых которых в этой книге я называю поколением iP. У них недешевая обувь нечерного цвета (возможно, как неосознанный протест против массы), хипстерский или урбанистический стиль одежды, пальто, гаджеты в руках и некоторые другие детали, которые могут варьироваться. Их возраст колеблется примерно от 16 до 35. Очень ча-

сто они являются студентами или молодыми преподавателями, но могут также не иметь работы, а жить с родителями. За плечами многих художественные или музыкальные школы, театральные студии, а также сотни часов компьютерных игр и тысячи часов, проведенных в Интернете. Вот такой он – очень беглый набросок представителя поколения iP. В реальности все гораздо сложнее.

Погоня за личной жизнью

Письмо в техподдержку Apple:

«Уважаемая служба технической поддержки, я уже более трех лет пользуюсь самой новой продукцией от Apple. Купил iPhone 3, потом поменял на iPhone 3S, купил iPad – поменял на iPad 2. Наконец, все это поменял на iPhone 4S и iPad 3.

Вопрос: почему мне до сих пор не дают?»

Известный анекдот

Наше поколение знает о сексе больше и раньше всех остальных. В этом практически нет сомнений – разве что следующее за нами поколение знает еще больше и еще раньше. Другой вопрос, как часто это знание применяется на практике?

Для нашего сексуального воспитания интернет сделал больше, чем родители или двор. Формула сексуальности поколения iP рассчитывается как количество часов секса, деленное на количество часов порно, из расчета, например, за год. Чем больше данный показатель, тем более «реальную» половую жизнь ведет человек. Хорошо еще, если при расчете по этой формуле получится число больше 1/10 (даже у порно актеров этот показатель будет ниже единицы). Казалось бы, если поменять числитель и знаменатель местами, то можно получить более осмысленную цифру, но проблема возникнет в том случае, когда придется делить на ноль. В первом

же варианте на ноль делить не придется никогда, поскольку найти человека старше четырнадцати, не смотревшего порно, достаточно проблематично.

Поколение iPorn все меньше и меньше интересуется реальными людьми. Нам гораздо проще проводить время в компании виртуальной Siri, чем заводить реальные знакомства. Даже собираясь заняться сексом, мы, как бы отдавая дань виртуальному пространству, начинаем с просмотра порно. Кто-то скажет, что это не так, но и iPhone есть не у всех – иными словами, не всем обязательно идти в авангарде поколения.

Странно, что мальчики и девочки еще не ревнуют свои вторые половинки к смартфонам. Ведь со смартфоном мы проводим гораздо больше времени. Он всегда лежит в кармане рядом с гениталиями. С ним мы, не задумываясь, пойдем в постель, с ним мы даже рискуем пойти в ванну, хотя в силу временной боязни воды именно здесь реальному партнеру предоставляется возможность перехватить инициативу. Смартфоны не столько smart, сколько sex. В гаджетах есть что-то эротичное, что-то сексуальное. Сколько раз за день мы гладим эти штуки? Возможно, кого-то даже возбуждает их вибрация? Мы не ревнуем наших любимых к ним лишь потому, что давно изменяем сами.

У реального секса появилась очень серьезная конкуренция. У порнографии не бывает плохого настроения, у нее не болит голова, за нее не надо платить (по крайней мере, в Рос-

сии), после нее никогда не бывает стыдно (возможно первые 100–200 раз, но не более). Жизнь все сильнее и сильнее подталкивает человека к чему-то искусственному.

Итак, секс перестал быть потребностью, которую нельзя удовлетворить в одиночку. Это случилось еще в прошлых поколениях, но в наше время вышло на новый и глобальный уровень. Стоит задуматься о том, зачем нам вообще нужны отношения?

Мальчики и девочки сами уходят в виртуальное пространство, развлекая друг друга флиртом, смайликами, сексом по Skype. Аватарки в социальных сетях, откровенные фотографии с отдыха на море или вечеринок – насколько же все это далеко от реальности! К реальному никто и не стремится. Нашему поколению часто предлагают шутливый вопрос: отказались бы мы от секса ради интернета? С логической точки зрения «секс» и «интернет» никак не связаны. С другой стороны, для многих второе включает в себя первое. Так или иначе, нельзя спрашивать человека, от руки или от ноги он хочет отказаться. Без секса можно прожить – без интернета поколение iP не выживет. Мы потеряем друзей, не сможем учиться, окажемся отрезанными от мира. Виртуальный мир для нас окончательно слился с реальностью.

Трагедия состоит в том, что планка, заданная виртуальной реальностью, настолько высока, что ей теперь не соответствует никто (кроме, возможно, наших виртуальных Я). Молодые девушки бесконечно сидят на диетах – они, возможно,

еще не понимают, что их борьба с лишним весом продлится всю жизнь или закончиться победой последнего. Их автарки в социальных сетях, как правило, фиксируют короткий момент максимальной победы над лишним весом, желательно в бикини – и не важно, что было это позапрошлым летом. Юноши пошли несколькими путями, либо тем же что и девушки, либо ушли в борьбу за так называемый «успех» (который, впрочем, не обязательно выражается в деньгах). Иными словами, существует два варианта – либо продавать тело, либо его покупать. Можно конечно вообще не участвовать в рыночных отношениях и быть как два любителя Warcraft, занимающихся сексом «по интересам». Однако рынок сексуальности давно уже здесь – он ждет нас на полках вместе с продукцией Apple и Calvin Klein.

Тем не менее, именно наше поколение максимально приблизилось к рекламно-виртуальному миру за стеклом. Именно наши 18-и летние девушки будут украшать обложки всех модных журналов, и наши спортсмены станут рекламировать сумки Louis Vuitton. Наше поколение получит все – и идеальное тело и маргинальный стиль жизни, вот только в жизни одного человека, как правило, бывает что-то одно.

У измотанного до истощения либидо есть и обратная сторона. От реальности все сложнее и сложнее получить удовольствие – срочно требуется что-то еще. Вечеринки и наркотики все еще сохраняют актуальность, но в большинстве случаев представитель поколения iP предпочитает спокой-

ную обстановку домашней виртуальности. За сексом больше не надо охотиться. И каждый сам выбирает, чем заполнить пустоту – путешествиями, садомазохизмом, политическими протестами или WOW. Мы видели все, что можно было увидеть, все, на что мы отважились взглянуть. Хотите жертву, у которой каннибал съел половину лица? Хотите онлайн-трансляцию повешения? Все это доступно прямо сейчас.

Наше поколение вырастил свободный интернет. Когда будут расти наши дети, мы очень сильно подумаем, хотим ли мы, чтобы они имели те же возможности.

Каждый день вокруг себя я вижу толпы скучающих людей. У них одновременно есть все и нет ничего. Взгляните на тысячи плаксивых статусов в Facebook (правильнее проносить как [факбук]). Это ведь целая коллективная философия, которая, впрочем, уже стала объектом насмешек со стороны культуры Comedy Club.

На улице, в общественном транспорте, в кафе – десятки раз я наблюдал следующую картину: молодая и красивая пара гуляет/едет в метро/сидит в кафе, в руках у каждого по смартфону/планшету – они задумчиво листают страницу за страницей, лишь изредка одаривая друг друга улыбкой. Я десятки раз вел себя точно также, пока не увидел картину со стороны. Вы еще удивляетесь, почему через месяц эта красивая пара распадется?

– Почему это красивая пара распадется из-за iPhone? – удивленно спрашивает М., выглядывая из-за моего ноутбука.

– Не из-за iPhone, а из-за отсутствия энтузиазма к чему-то реальному, – отвечаю я, – Хотя по правде говоря, это просто мысли, которые не подкреплены почти ничем.

– Я помню, как в школе перекидывалась через телефон картинками с соседом по парте, который мне очень нравился, – замечает М., – Отправить картинку с сердечком – казалось, это такой важный шаг. Возможно, это был первый шаг к тому, что мы получили сейчас.

– Ты пробовала посчитать свой iPorn?

– Без комментариев.

Поделюсь с вами своей теорией. Она может показаться одновременно и странной и банальной, но поверьте – очень немногие живут, принимая ее в расчет. Есть четыре простых постулата. Первое – мы живем в мире неопределенности. Второе – из-за этой неопределенности мы регулярно совершаем ошибки. Третье – из-за той же самой неопределенности, совершая ошибки, мы не всегда знаем, что совершили ошибки. Четвертое – в связи со всем этим нас окружают социальные «пузыри» (по аналогии с финансовыми «пузырями»), которые рано или поздно лопнут. Я думаю, тезис достаточно прост, чтобы большинство читателей с ним согласилось.

Мы ведь знаем, почему произошел финансовый кризис 2008 года. Это представители старшего поколения могли не вдаваться в детали, а поколению iP в вузах рассказали, что одной из причин стал финансовый пузырь на ипотечном рынке. Когда стало понятно, что ипотечные активы с учетом рисков переоценены, они сильно потеряли в цене – далее все рухнуло по цепочке. По тому же принципу работают и человеческие отношения. Мы встречаем человека, производим первичную оценку и, если считаем его перспективным, делаем вложения времени, эмоций, денег. Но ведь наши инвестиции часто основываются лишь на первом впечатлении. Почему же мы потом удивляемся, что наш социальный «пузырь» лопнул? Впрочем, этот самый «пузырь» неизбежен, ведь во время свиданий его усердно надувают с обеих сторон.

Кажется, что в отношениях полов со временем ничего не должно было меняться. Если не брать в расчет виртуальную сторону вопроса, то необходимы все те же ухаживания, что и 20 лет назад. Вот только мир вокруг нас изменился, и теперь на свидании присутствуют не два человека. Ты слушаешь девушку, параллельно читая новости из Ливии и набирая ответ своему знакомому в Германии. В довершении всего, пораженный нелепостью ситуации, ты пишешь об этом в свой твиттер. Технологии торжествуют. Проще было назначить свидание по Skype и завершить его безудержным виртуальным сексом, поскольку реальное свидание такого формата точно ничем не закончится. Нам просто не хватает эн-

тузиазма, чтобы сделать шаг навстречу друг другу.

Я уже не помню, скольких девушек водил в кино, сбился со счета после второго десятка. Я почти не помню содержание бесчисленных разговоров в кафе (вообще ходить в кафе – это любимое занятие поколения iP). Вернее сказать, я помню содержание, но не могу отделить одну встречу от другой, поскольку они уж очень похожи друг на друга. Знаете, какова мечта всех современных девушек? Открыть свой маленький бизнес – кафе, ресторан, магазин handmade игрушек, хостел для креативных людей и т. д. Я прекрасно понимаю, почему желание именно таково. Эта та самая страсть к особой атмосфере, желание зайти в Starbucks и никогда оттуда не выходить. Здесь стремление заработать деньги вторично, многих устроила бы даже самоокупаемость. Предыдущее поколение выкинуло нас на обочину, забрав все ключевые посты. Нам остается только создавать свои маленькие уютные миры и ждать пока все эти твари умрут от старости или же выйти на улицы, пытаясь ускорить процесс.

Кира, узнав, как равнодушно я отношусь к теме смартфонов и связанных с ними изменений, пригласила меня в гости. Никогда я не видел зрелища более необычного и в тоже время более подходящего для моей теории.

Как выяснилась, моя новая знакомая занималась коллекционированием. На полке за стеклянной дверцей в одном ряду красовалось семь мобильных телефонов, пять из которых с яблочком. Сами по себе телефоны не представляли со-

бой ничего особенного – все эти модели можно многократно увидеть на улице. Интрига была в том, что к каждому телефону была приставлена фотография молодого человека, а на обороте каждой фотографии помещалась надпись вроде «Санкт-Петербург, метро Пушкинская, дата».

– Придумал объяснение тому, что ты видишь? – осведомилась Кира.

– Ты любишь получать в подарок телефоны? – предположил я, – А также достаточно часто менять парней.

– Не угадал, – покачала головой девушка. – Они никогда не были моими парнями.

– Ты воруеть телефоны? – сделал я вторую попытку. По крайней мере, несколько телефонов выглядели неновыми.

– Я разве похожа на воровку? – обиделась собеседница, – Но направление мысли верное. Ты когда-нибудь слышал пикан-сторы следующего содержания: подкатил к девушке, попросил номер телефона, она отказалась его оставить, тогда со словами «номер я знаю» отдал ей свой телефон?

– Да, помнится что-то такое читал, даже постановочное видео смотрел, – припомнил я.

– Вот, а я участвовала в этом в реальности, – засмеялась знакомая. – Только после получения телефона я вынула и выбросила симку. Телефон остался на память. Фотографию владельца вынула из него же.

– Это один раз, а другие шесть? – изумился я.

– Ну, контекст был разным, в иной раз я сама провоци-

ровала парней, – улыбнулась девушка. – Они сами виноваты!

– А ты никогда не хотела дождаться звонка? – поинтересовался я. – Все-таки, судя по фотографиям, парни не самые плохие, да и готовность расстаться с дорогим телефоном о чем-то говорит.

– Только о том, что они меня хотели, – вздохнула девушка. – Иной раз я думала дождаться, но у меня нет проблем с парнями, чтобы знакомиться таким способом. К тому же я принципиально не подпускаю близко тех, кто носит iPhone.

– Таким образом, ты изобрела понятие iфригидность, – улыбнулся я.

– Возможно, – кивнула знакомая. – Хочу получить еще три для ровного счета.

Если классическое свидание погибло, как же тогда представители поколения iP начинают встречаться, занимаются любовью, вступают в браки? Ведь чтобы показатель iPop можно было использовать, необходимо, чтобы числитель был больше нуля. Ответов на этот вопрос, конечно, великое множество, но, на мой взгляд, есть один очень распространенный вариант.

История моя начинается со слова «event», что переводится на русский язык как «мероприятие» или «событие». Еще до прихода iP-поколения events изобрели для того, чтобы развлекаться, тратить и зарабатывать деньги, находить дру-

зей, заниматься сексом. Для iP-поколения events стали жизненно необходимыми. Не надо путать events с простой пьянкой, в конце которой девушки, лишённые лишних принципов, сильно повышают числитель своего iPorn. Поход в театр или кино также едва ли можно назвать event. Event – это всегда событие, о котором будут долго и много говорить, и считается неудачей, если после него никто не потерял/разбил/утопил iPhone, не лишился девственности, жизни или хотя бы здоровья. Без events не существует поколения iP, также как events не существуют без нашего поколения.

Events

Я не перестаю удивляться, читая биографии людей, которым в 90-ые было примерно столько же, сколько и мне. Естественно речь идет не о простых людях, а о ком-то, чье жизнеописание, как минимум, не будет удалено модераторами Википедии. Раньше в 21 год можно было стать генеральным директором собственного банка, фонда, издательской компании – иными словами чего-то такого, куда сейчас после вуза непросто устроиться даже на самую начальную позицию. Сегодня все эти быстро разбогатевшие, взлетевшие на самую вершину люди сидят в просторных кабинетах (кто-то, конечно, лежит на кладбище – но это лишь побочное последствие B2B), и никто из них уже наверно не помнит, какой была их дорога на вершину. Она, безусловно, была опасной и требовала особых талантов, но при этом путь оставался приемлемо коротким.

За двадцать лет все лифты сломались (теперь они ездят исключительно вниз), а пятиэтажки превратились в небоскребы. Если раньше от койки секретарши до кресла генерального директора было от трех до пяти этажей, то теперь необходимо преодолеть, по меньшей мере, десяток. Нашему поколению любезно предложено занять место улыбающегося швейцара у двери банка или консультанта, объясняющего старушке, как перевести деньги внуку. Все правила были

придуманы до нас, и, согласно этим правилам, молодым тут не место.

Разумеется, в предыдущих двух абзацах есть изрядная доля преувеличения, но одна мысль давно доказана социологами – элиты закрылись. Короткий момент времени, когда в закрытый клуб можно было попасть буквально с улицы, безвозвратно упущен. При этом наше поколение не менее талантливо, образованно и амбициозно – даже, скорее всего, мы более талантливы, образованы и амбициозны, ведь именно за деньги предыдущего поколения мы получили шанс стать теми, кто мы есть (шанс, которого, возможно, не будет у наших детей). Огромная энергия теперь сосредоточена на нижних этажах корпоративно-бюрократической машины и, кажется, что вот-вот произойдет настоящий взрыв, если бы не одно «но» – events.

В тоже время нас нельзя назвать очередным «потерянным поколением». Нас отличает то, что мы умеем организовываться. В нашем смартфоне сотни контактов, десятки из которых готовы выслушать наше предложение прямо сейчас. И это предложение будет более конструктивно, чем просто выпить или заняться сексом. Обезумевшие от наркотиков рекламщики, нагишом бегающие по лесу, остались в прошлом – они все либо заливают свою грусть в дорогих иномарках, либо лежат, закопанными в том самом лесу. Лицо нашего поколения – склонившийся над планшетом хипстер, присевший в кафе посреди авангардной выставки около надписи

«склонившийся над планшетом хипстер, присевший в кафе посреди авангардной выставки.

«. Даже наши политические протесты интеллигенты до определенной черты. И мы безумно удивляемся, когда покупая в разгар такого протеста стаканчик кофе, на выходе из ресторана обнаруживаем поджидающих нас омоновцев. Ведь протест – не более чем антураж, центр нашей вселенной – это чашка кофе, за которой мы собственной и пришли. Руки прочь от нее!

Возможность организоваться порождает events. В моем университете сейчас открылась магистерская программа по «экономике впечатлений» – точнее ведь и не назовешь. Будь то гостиничный бизнес или загадочные «связи с общественностью» – все это не более чем следствие необходимости трудоустроить представителей поколения iP. Мы сами устраиваем себе праздники, вечеринки, выставки, спортивные соревнования. Мы знаем, что если сами не позаботимся об этом, то умрем со скуки или от передозировки бутирата. Среди нас слишком много людей, обладающих дипломом «менеджера», чтобы ничего не организовывать. Энергию нужно направлять в творческое русло, а не в русло разрушительное. Возможно, у нас просто еще недостаточно сил для того, чтобы действительно что-то разрушить.

Мы взираем на окружающий мир из-за стоек информации, ресепшена, барных стоек (но никогда из какого-нибудь ларька или киоска!). Мы первые, кто встречает вежливой

улыбкой сильных мира сего. Мы единственные, кто терпит их цинизм и надменность (ибо до нашего цинизма им еще далеко). Наши расчеты очень просты – когда-нибудь мы окажемся по другую сторону этих стоек.

Короли нашего поколения – это не ди-джеи или модные фотографии. Подлинными королям стали создатели events. Способность аккумулировать вокруг себя тусовку и связывать различные ниточки воедино так, чтобы получилось настоящее событие – вот тот талант, который сейчас в топе. Event-менеджеры выпивают со звездами, event-менеджеры спят с проигравшими участницами конкурса «Мисс мира», event-менеджеры решают, кого выгоднее всего включать в VIP-списки. Если какая-нибудь звезда вдруг решит, что она тут самая главная и оскорбит event-менеджера из-за розовой кофточки, суд (общественности) тут же поставит звезду на место. В наши дни королям сцены не стоит посягать на владения королей закулисья.

Человек поколения iP больше не является автономным субъектом. Когда-то в капиталистическом обществе существовала модель самоуверенного человека, отвергающего любую помощь и поддержку, добывающегося всего исключительно самостоятельно. Некоторые энтузиасты продолжают действовать подобным образом, но успеха добиваются все реже и реже. Представитель поколения iP – это что-то вроде сетевого узла, через который проходит множество связей, знакомств и контактов. Мы как маленькие паучки плетем

свои сети, собирая уникальную выборку из друзей, знакомых, новостей, проектов и организаций. В эту сеть включено все от людей, до наших смартфонов – стоит удалить хотя бы один элемент (не только аккаунт в одной из социальных сетей, но и удобное кресло перед нашим компьютером), и целостность системы будет критически нарушена.

Чем больше ниточек приходит к нам, тем сильнее наша способность мобилизовать ресурсы (прежде всего человеческие). Власть проявляется именно в способности за короткие сроки собрать проектную группу, массовку или просто привлечь к определенному событию внимание большого числа людей, набрать нужное число просмотров на YouTube.

Конечно, читатель может заметить, что такое понятие как «связи» существовало всегда. Есть знакомые, есть знакомые знакомых, и они могут помочь нам, например, найти работу. Да – вы, безусловно, правы. Но никогда ранее вся эта сеть не находилась в состоянии постоянной активности. Попробуйте на сутки выключить свой телефон, не предупреждая об этом никого (этим нас пугал вполне типичный продукт нашего времени – клякса Freeman). Попробуйте на время удалить себя из социальных сетей.

В силу своего любопытства я не мог не провести подобный эксперимент. Я как вполне типичный представитель поколения iP нахожусь «онлайн» практически целый день, исключая сон. Что же случится, если выпасть из эфира, скажем, на неделю?

– Что вы думали, когда увидели, что я удалил свою страничку Вконтакте? – спрашиваю я у своих друзей.

– Я подумала сказать тебе, что ты придурок, – отвечает М., – Но ты как-то почти сразу восстановился, так что ничего страшного.

– Вообще-то я удалился на 10 дней, – возражаю я.

– И главное, не понятно, что и думать, – жалуется А., – Девушка бросила или покончить с собой захотел...

Удаление своего виртуального «Я» действительно сродни самоубийству. Первые дни я буквально физически ощущал, как перестаю существовать. А если мне кто-то написал? Быть может, пришло письмо от девушки, которое я так давно ждал, а теперь она подумает, что я ее игнорирую? А если написали по поводу учебы? Как расценили мое исчезновение те, у кого я числюсь в топе друзей? Не воспользуются ли моим удалением те, кто давно хотел отписаться от меня? Скольких подписчиков я потеряю – 50, 100? Как выяснилось, за 10 дней я не потерял ни одного. Никто не верит в удаление из виртуального пространства, все верят во временную депрессию.

Мои размышления прерываются проверкой. Пришел «небольшой начальник». Вернее сказать, это такой же сотрудник АТЭС, как и мы, только у него красный бейдж и он работает на постоянной основе.

– Растащили уже ручки, да? – говорит он, подходя к нашей стойке информации.

– Это все участники форума разобрали, – отвечаем мы.

Правильно, я же не могу сказать, что АТЭС проспонсировал мои канцелярские расходы до конца года. Я же не виноват, что ручки со «Всероссийской Переписи 2010» уже подходят к концу, а до следующей переписи еще целых 8 лет.

В стаканчике только три ручки, а раньше было несколько десятков. Коробочка из-под ручек тоже пуста, а работать еще несколько дней. Наш «небольшой начальник», конечно, тоже понимает, куда делись ручки, и более того, АТЭС обеспечила канцелярией и его. Да и не только канцелярией – он ведь «небольшой начальник».

– Ладно, бог с ними с ручками, зонтиков сколько осталось? – обращается он с вопросом к девушке, отвечающей за наш объект.

– Не знаю, два-три наверно, – отвечает она.

– А куда остальные делись? – удивляется начальник.

В ответ недолгое молчание, потом моя соседка замечает, что у нее зонтик недавно забрал делегат, когда она проводила его до машины (и неважно, что дождя не было). Это вполне легитимное оправдание, хотя и выдумка.

– Хорошо, – соглашается «начальник».

Далее следует недолгий и несодержательный разговор о работе (поскольку работы по факту нет, то разговор это по определению бессодержательный). Мы даже перестали

спрашивать предыдущую смену, как прошел день – итак понятно, что никак.

Для поведения таких «небольших начальников» мы давно придумали диагноз – «синдром делегата». Поскольку они много времени провели среди министров и миллионеров, им начинает казаться, что он тоже должны пользоваться большим уважением и всеми лучшими благами цивилизации. Они катаются на корпоративных мерседесах, а всю зарплату тратят на iPhone или Mac. Все тут работают на iPhone. АТЭС – наверно крупнейший спонсор Apple в Санкт-Петербурге. Да и не удивительно, с учетом того, что слабость к яблочной продукции испытывают даже многие видные представители российского правительства.

Пофлиртовав немного с девушками, «небольшой начальник» уходит к другой стойке. После его ухода у меня только один вопрос – КУДА ДЕЛИСЬ ЕЩЕ ДВЕ РУЧКИ? В этот момент я понимаю, почему он «небольшой начальник», а мы лишь рядовые сотрудники. По части присвоения корпоративной собственности он достиг большего мастерства чем мы. Следите за руками, или хотя бы за ручками...

Детство и память

В VIP-зале аэропорта «Пулково-1» можно увидеть две категории клиентов: родители с детьми и люди, у которых слишком много денег. Можно понять стремление состоятельных родителей облегчить своим детям ожидание в аэропорту. Обойдется это в 8000 рублей за человека, но отдых не будет омрачен духотой или толкотней общего зала.

Дети таких родителей очень похожи друг на друга. Они раньше других детей знакомятся с продукцией Apple, но в тоже время раньше других узнают, что семья – явление не априорное. iPad должен скрашивать им одиночество, в то время как отец сидит совсем рядом. Их детство будет очень непыльным, а когда они вырастут, то поступят в дорогие зарубежные университеты, на совершеннолетие получают личную машину, а при женитьбе красивую и просторную квартиру. Когда они отправятся на отдых со своими детьми, то тоже пройдут через VIP-залы. Это ли не счастливое детство?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.