

Historia konfliktu Thiel/Hogan vs Gawker



ANATOMIA
INTRYGII

**Opowieść o spisku
wartym miliony dolarów**

RYAN
HOLIDAY

Autor bestsellera *Zaufaj mi, jestem kłamcą*

onepress
POWER+

Tytuł oryginału: Conspiracy: Peter Thiel, Hulk Hogan, Gawker,
and the Anatomy of Intrigue

Tłumaczenie: Wojciech Usarzewicz

ISBN: 978-83-283-8741-6

Copyright © 2018 by Ryan Holiday

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

Polish edition copyright © 2022 by Helion S.A.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://onepress.pl/user/opinie/anaint>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <https://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Słowem wstępu	11
Wprowadzenie	14

Część I. Planowanie

1. Moment zapalny	23
2. Decyzja, by działać	39
3. Narodziny spisku	52
4. Zespół	63
5. Tylnym wejściem	77
6. Odrzucić człowieczeństwo	93
7. Chwycenie za miecz	103

Część II. Działanie

8. Potknięcia się zdarzają	125
9. Poznaj swojego wroga	144
10. Potęga tajemnic	159
11. Siej dezinformację	174

Spis treści

12. Więzy krwi	192
13. Próba wiary	208
14. Pragnienie zwycięstwa	221

Część III. Pokłosie

15. Bitwa serc i umysłów	241
16. Pogorzelisko	260
17. Sztuka ugody	276
18. Zawsze są niezamierzone konsekwencje	288
Podsumowanie	304
Podziękowania i uwagi na temat źródeł	313
Źródła	315
Więcej od autora	343

ROZDZIAŁ 1.

Moment zapalny

„Początki wszelkich rzeczy są małe”, przypomina nam Cynceron. To, co staje się potężne i ważne, często zaczyna się skromnie i tak samo jest z tym, co w końcu zwraca jedną potężną siłę przeciwko drugiej.

Konflikt leżący u podstaw naszej opowieści nie jest wcale odmienny. Jego genezą jest w dużej mierze oczywisty, niewyróżniający się niczym wpis blogowy — niemający nawet czterystu słów — który ujawnił homoseksualną orientację dobrze znanego inwestora w branży technologicznej. Wpis autorstwa plotkarskiego blogera Owena Thomasa pojawił się na nieistniejącej już stronie *Valleywag*, należącej do firmy Gawker Media. Został opublikowany o dziewiętnastej pięć 19 grudnia 2007 roku, a towarzyszył mu nagłówek, który wyrył się w umyśle zainteresowanego:

Śłuchajcie, ludzie, Peter Thiel to definitywnie gej

Nieuczciwie byłoby powiedzieć, jak zrobili to niektórzy po tym wydarzeniu, że Owen Thomas był bezmyślnym blogerem, który opisał nieznaną nikomu osobę, aby tylko coś napisać. Thomas był dziennikarzem od ponad dziesięciu lat, a Peter Thiel był znaną osobistością,

inwestorem i przedsiębiorcą. Majątek zdobył jako twórca PayPala, a swoje pierwsze pół miliona dolarów zainwestował w Facebooka. Pozował do zdjęć i zgadzał się na przeprowadzanie z nim wywiadów przez dziennikarzy zajmujących się nim samym lub jego firmami. Dyskusji nie podlegało też to, że był homoseksualistą.

Peter sam przyznaje, że jego seksualność nie była żadną sensacją. „Wydaje mi się, że w dwa tysiące siódmym roku wszyscy już o tym wiedzieli”, wspomina. To znaczy jego rodzice wiedzieli. Przyjaciele też, wiedzieli również współpracownicy. Fakt ten jednak nie był szczególnie rozpowszechniany. Przyjaciele powiedzieliby, że Peter pragnął być najlepszym inwestorem technologicznym na świecie. Dorzucenie do tego słowa „homoseksualny”, by był postrzegany jako *najlepszy homoseksualny inwestor technologiczny*, wydawało się niepotrzebnie ograniczające. Jakby pozbawiało go to czegoś, co pragnął uzyskać. Peter Thiel postanowił, że jego orientacja seksualna będzie sekretem, otwartym, ale pilnowanym, znanym tylko elitom Doliny Krzemowej.

Dla współczesnych taka „dyskretna” identyfikacja seksualna może się wydawać anachronizmem, ale kiedy sobie o tym dobrze pomyślisz, szybko dojdiesz do wniosku, że świat w 2007 roku był inny. Demokrata, który miał wkrótce zostać prezydentem, dopiero pięć lat później miał publicznie ogłosić fakt popierania małżeństw tej samej płci. Kobieta, która stanęła przeciwko niemu w wyborach, potrzebowała na to jeszcze dodatkowych dwunastu miesięcy. Rok 2007 był również czasem bliższym bańce internetowej niż współczesności. Facebook dopiero za pięć lat miał wejść na giełdę, a większość sukcesów start-upów takich jak Twitter czy Netflix miała dopiero nadejść.

Choć Thiel wcale nie był „nikim” w 2007 roku, kiedy cała sytuacja wyszła na jaw, wciąż nie był tym *Peterem Thielem*. Nie był tą samą osobą, którą stał się pod koniec naszej opowieści, potężnym inwestorem Doliny Krzemowej czy kontrowersyjnym lobbystą rozdającym karty. Thiel bardziej przypominał wszystkich innych inwestorów technologicznych. Czy takie nazwiska jak Max Levchin albo Roelof Botha

znane są przeciętnej osobie? Byli współpracownikami Thiela w PayPalu. A Jim Breyer? Zainwestował milion dolarów w Facebooka w niecały rok po tym, jak Thiel wyłożył swoje pół miliona. A co z Maurice'em Werdegarem, który zainwestował jednocześnie z Thielem? Niewielu ludzi słyszało o tych ludziach, a co dopiero interesowało się, z kim sypiali.

Kiedy pomyślimy o tym, jaką rolę odegrał wpis na *Valleywag* w kontekście ambicji Thiela, czy w kontekście tego, jak był on postrzegany poza Doliną Krzemową, łatwiej nam zrozumieć reakcję mężczyzny na kilka akapitów autorstwa Owena Thomasa wraz z krzykliwym nagłówkiem.

„To było jak pełnoprawny atak znikąd. Nic tym ludziom nie zrobiłem. Na pierwszy rzut oka ten artykuł miał po prostu ujawnić moją orientację seksualną”, tłumaczy mi Peter. Jednak to nie ujawnienie najbardziej go dotknęło, ale druga myśl zawarta w artykule, jakoby Thiel miał problemy psychiczne, ponieważ nie chciał ujawnić swojej orientacji. „Nigdy nie chodziło o wpis Thomasa”, w końcu przyznaje się Thiel. „Chodziło tak naprawdę o komentarz Nicka Dentona”.

W sekcji komentarzy pod artykułem Thomasa Nick Denton, redaktor *Valleywag* i założyciel firmy Gawker Media, opublikował kilka zdań w postaci oskarżenia, które zdawało się odpowiadać samo sobie: „Jedyną istotną kwestią w seksualności Thiela jest to, dlaczego, do cholery, tak panicznie od lat bał się ujawnienia swojej orientacji”.

Według normalnych standardów dziennikarskich komentarz ten byłby naprawdę nie na miejscu. A dla założyciela i wydawcy takie spekulowanie na łamach jego własnej witryny w sekcji komentarzy? Jednak w 2007 roku tego rodzaju agresywne i wrogie podejście do podmiotów artykułów było standardową procedurą w wypadku tego niechlujnego Anglika o pulchnych policzkach, z zamiłowaniem do technologii i plotek.

Nawet ci, którzy nienawidzili Nicka Dentona, mówili o nim, że jest genialny. Urodzony jako Nicholas Guido Anthony Denton, syn brytyjskiego ekonomisty i psychoterapeutki żydowsko-węgierskiego

pochodzenia, uczęszczał na uniwersytet w Oxfordzie. Swoją pierwszą firmę networkingową dla osób z branży technologicznej sprzedał za miliony. Kiedy w 2002 roku uruchomił firmę medialną, jego zamiłowanie do technologii wyszło na pierwszy plan: *Gizmodo*, pierwsza z wielu witryn składających się na jego wydawnicze imperium, była „blogiem poświęconym supercienkim laptopom, kamerom szpiegowskim, technologiom bezprzewodowym i różnego rodzaju zabawkom dla dorosłych chłopców. Same gadżety, na okrągło”.

Około czterech miesięcy później uruchomił kolejną witrynę, poświęconą jego innej pasji: sekretom i plotkom. Nazwał ją *Gawker*. Technologia może i była pierwszą miłością Dentona, ale wielu przyznałoby, że to pożądanie ujawniania, odkrywania, sensacji było *prawdziwą* miłością Dentona, na równi z jego zamiłowaniem do tworzenia. Swoją stronę o celebrytach nazwał *Defamer*, od słowa *fame*, czyli sława, z negującym przedrostkiem *de*, co można tłumaczyć jako *odstawiacz* (jeden z blogerów żartował: „Dlaczego by nie nazwać tego trafniej »Defendant«!”, czyli pozwany), a stronę pornograficzną — *Fleshbot*. Ale to nazwa *Gawker* przywarła do firmy nadrzędnej, ponieważ tak dobrze opisywała etykę redaktorską internetowego imperium Dentona, doskonale też odzwierciedlała postawę założyciela*.

Pierwsza redaktorka Gawkera, Elizabeth Spiers, otrzymywała dwa tysiące dolarów miesięcznie za dwanaście wpisów dziennie, siedem dni w tygodniu. Jej zadaniem było kpienie z elit klubów Nowego Jorku, do których nigdy nie była zapraszana. Stosując rodzaj humorystycznej pogardy, która zyskała miano *snark*, czyli po prostu złośliwości, Spiers miała kształtować obraz ludzi i instytucji jako nieistotnych, godnych wyśmiania, nawet jeśli pisząc o nich, przyznawała, że są to osoby i instytucje ważne (a być może, w głębi duszy, chciała kiedyś do nich dołączyć). Denton miał smykałkę do zatrudniania talentów takich

* Gawker pochodzi od słowa *gawk*, co oznacza głupkowane, bezmyślne gapienie się — *przyp. tłum.*

jak Spiers i do wzmocnienia ich głosu. Jedną z takich osób był też Owen Thomas. Denton lubił młodych pisarzy, pełnych motywacji i poczucia humoru, jak również z darem dostrzegania hipokryzji i słabostek, rzeczy, które przyciągały czytelników zarówno szybko, jak i tanio. W ciągu sześciu miesięcy witryny Dentona notowały ponad pięćset tysięcy odsłon miesięcznie. W ciągu roku każdy z blogów zarabiał ponad dwa tysiące dolarów miesięcznie; w ciągu trzech lat, jak się szacuje, generowały przynajmniej sto dwadzieścia tysięcy dolarów z reklam każdego miesiąca. Po nieco ponad dziesięciu latach działania Gawkera przychody wynosiły prawie czterdzieści milionów dolarów rocznie, a witryny notowały ponad czterdzieści milionów czytelników miesięcznie. Denton trafił na bogatą, ale mroczną żyłę. Wykorzystał współczesną adaptację dawnej, brukowej wrażliwości, która, jak zauważył George W.S. Trow, wymagała pewnego rodzaju „naprzemiennej miłości i pogardy wobec starych autorytetów”. To przeskakiwanie między pogardą a zachwytem stanowiło sekret Gawkera.

„Jako przedsiębiorca z branży wydawniczej, który zbudował wszystko od zera, musiałem podążać tam, gdzie była energia”, mówi Denton. Energię tę znalazł w dużej mierze wśród pozbawionej złudzeń młodzieży, ludzi z zewnątrz, którzy krytykowali osoby z wewnątrz. W byciu *anty*, przeciwko temu czy tamtemu, a rzadko w popieraniu czegokolwiek. *Ludzkość zawsze krzyżowała i paliła*, powiedział niegdyś wielki dramatopisarz. *Czerpiemy skrytą przyjemność z nieszczęścia naszych bliskich*, powiedział ktoś inny. Dla Gawkera przyjemność ta nie była skryta, lecz jawna, a dorzucili do niej potęgę blogowania. Instynkty Nicka zostały ujęte, a potem wzmocnione przez sytuację ekonomiczną jego podwładnych: dwudziestu kilku pisarzy z kredytem studenckim i niskimi dochodami. Dobrze wykształcone dzieci pokolenia boomerów, dzieci rodziców, których idealizm zamienił się w materializm, pisarze, którzy wierzyli, że mają coś do powiedzenia, ponieważ ich rodzice mówili im, że byli wyjątkowi, ważni i utalentowani.

Poprzednie pokolenia pisarzy przybyły do Nowego Jorku, mając marzenia. Ale to aktualne pokolenie przybyło z pretensjami — za zniszczoną gospodarkę, za załamanie przemysłu, za hipokryzję i kłamstwa, które w końcu wyszły na jaw. Pisarze ci chcieli mieszkać w pięciogwiazdkowym hotelu, a wylądowali we współdzielonej sypialni w obskurnej dzielnicy, by pisać dwadzieścia artykułów tygodniowo (dziewiętnastu z nich nikt nie czytał) za dwanaście dolarów za tekst. Jasne, że byli wkurzeni. Autor piszący dla „New York Timesa” nazwał później tę sytuację „wściekłością kreatywnego marginesu”. Nagłówek na stronie Gawkera ujął to lepiej: „W porządku być hejterem, bo przecież wszystko jest złe”.

Egzystencjaliści mówili o *resentymencie*: uraza rodzi frustrację, która znowu rodzi jeszcze więcej urazy. Filozofowie może i twierdzili, że takie uczucie jest bezsensowne i do niczego nie prowadzi, ale jednocześnie przyznawali, że jest ono potężną siłą. Gawker otaczał się resentmentem odczuwanym przez autorów i czytelników. Jak większość ruchów wykorzystujących moc niedocenianych klas społecznych, środowisko to było agresywne i pełne temperamentu, ale nie można zaprzeczyć, że w rezultacie dawało rozrywkę i docierało do ludzi. Szczególnie po włączeniu zachęt finansowych.

Na przestrzeni lat Denton eksperymentował z różnymi sposobami wynagradzania autorów, ale największą zmianą było przejście z surowej liczby wpisów na dzień (z ilu rzeczy dasz radę się nabijać w ciągu jednego dnia) do liczby odsłon (ile osób zgodzi się z tym, z czego się nabijasz). Umysł Dentona dążył w kierunku takich właśnie małych innowacji wydawniczych. Jego witryny były jednymi z pierwszych, na których każdemu artykułowi towarzyszyła liczba wyświetleń. Denton zauważył, że jego autorzy mieli obsesję na punkcie tej liczby i regularnie odświeżali licznik, więc zaczął im płacić według tego wskaźnika. W biurze zamontował duży ekran, na którym wyświetlał ranking autorów i artykułów ustalony na podstawie ruchu. Nazwał go „NASDAQ of Content”, czyli giełdowym indeksem treści.

Jeśli niezagospodarowana energia młodych ludzi była pierwszym przełomem Dentona, to teraz trafił na drugi. Pierwszy przełom dał ludziom głos, a drugi dał im moc zasięgów i ujęcia tego głosu w liczbach — i zmienił blogowanie w coś, w czym można wygrać. Jak? Poprzez zdobycie największej liczby czytelników. Za pomocą czego? To już zależy od autora.

Denton w gruncie rzeczy zamienił pisanie, komentarz społeczny i dziennikarstwo w grę komputerową. Pisanie przestało być sztuką, w której dąży się do mistrzostwa. Firmy i ludzie, o których pisałem, tacy jak Peter Thiel, przestali być ludźmi, stali się postaciami na ekranie — mięsem armatnim cotygodniowej potyczki. A ludzie, którzy czytali te treści? Stali się punktacją. Wynik znajdował się przy każdym z artykułów. Odslony: tysiąc, dziesięć tysięcy, sto tysięcy, milion. A najlepsza przepustka dla ruchu? *Scandalum magnatum* — atak na wielkich tego świata. Ale w chaosie codzienności, przy tylu tekstach do napisania, zwyczajni ludzie też się sprawdzają.

Prześladowca Gawkera: Elijah Wood w sumie nie taki gejoński

Joe Dolce: portret dupka

Danyelle Freeman ssie: radość z życia, tak ogólnie

Który krytyk kulinarny to idiota? (Podpowiemy, Danyelle Freeman!)

Morley Safer to spory dupek

Uparty Żyd pokonany przez jeszcze bardziej upartego i żydowskiego Żyda Randkowicz z piekła rodem, John Fitzgerald Page, to najgorsza osoba pod słońcem

Andy Dick pokonany i wszyscy na to czekaliśmy

To nie tak, że Adam Carolla nie jest zabawny, tylko tak, że Adam Carolla to dupek

Peaches Geldof, seks jednej nocy i heroina w Hollywood — mamy też obrazki

Gdy Gawker stworzył Gawkerowego Prześladowcę, funkcję pozwalającą anonimowym użytkownikom pisać o zauważeniu znanych celebrytów, dzięki czemu ich miejsce przebywania można było śledzić na żywo, albo gdy jeden z autorów zaczął artykuł z 2007 roku tymi słowami: „Kiedy w porządku jest nienawidzić czterolatka? Może wtedy, kiedy nazywa się Elijah Pollack” i otągował go słowem „Grzechy ojców”, firma praktykowała dziennikarstwo za pomocą siekiery. I nie interesowały jej kosmyki włosów, ale całe głowy: kogo możemy dorwać, kto zrobił coś głupiego, czego boją się inni ludzie, o kim boją się mówić?

Jeśli tekst nie był przesadzony, jeśli istniały plotki, o których chciał napisać autor, ale nie mógł tego usprawiedliwić nawet w obliczu wątpliwych standardów dziennikarskich portalu, to zawsze była jeszcze sekcja komentarzy — to tam pojawiały się sugestie, spekulacje i podniety, które mogły przykuć więcej uwagi. W naturze Nicka od zawsze leżało sięgać głębiej, spekulować, drażnić, szukać tego, co naprawdę było interesujące — a najgłębsze pokłady resentymetu leżą w niekończących się sekcjach komentarzy.

Dla właściciela i autorów wszystko to było świetną zabawą, bo dlaczego by nie? Szczególnie kiedy starzy wyjadacze na nich krzyczeli, a oni mieli w zwyczaju traktować to jako znak, że robią coś słusznego. Dziennikarze, konkurenci i liderzy branży krytykowali ten wynaleziony przez Nicka styl. Organizacje monitorujące czekały na pierwszą ofiarę Gawkera popełniającą samobójstwo. Niektórzy pracownicy Gawkera podzielali te obawy. Ale nie można zaprzeczyć, że czytelnicy *kochali* Gawkera. Istniała wyjątkowa w swoim rodzaju swoboda, jeśli chodzi o treści publikowane przez firmę, rodzaj nieprzefiltrowanej szczerości, wyolbrzymiony sposób mówienia prawdy. Słuchajcie, ludzie, Peter Thiel to *definitywnie* gej! Jeśli coś było prawdą, jeśli autorzy *myśleli*, że coś było prawdą, po prostu to publikowali. Redaktorzy mówili to, co zwykli ludzie myśleli po kryjomu — spełniali ich marzenia. Dawali swoim czytelnikom — ludziom, którzy przyczyniali się do wzrostu liczby odsłon przy każdym tekście — to, czego ich własny

marazm i resentyment pożądał, ale czego nikt inny wcześniej nie potrafił zaspokoić.

Specjalista z branży filmowej opisał kiedyś „słodkie ukłucie” znanej dwudziestowiecznej felietonistki plotkarskiej Heddy Hopper jako ukłucie czarnej wdowy połączonej ze skorpionem, cyjanek zmieszany ze słodkim kremem. W pewien sposób taki właśnie był Gawker. Idealne medium dla przelewania się zazdrości, czerpania radości z nieszczęścia innych, dążenia do władzy. To dlatego źródółko nigdy się nie wyczerpało.

Jeden z pierwszych sloganów strony sportowej Gawkera, *Deadspin*, brzmiał: „Aktualności bez pozwolenia, przysług i dyskrecji”. Dla Dentona slogan ten nie był tylko elementem marki. „Działiałem zgodnie z tymi słowami”, mówił później pod przysięgą. Jeśli kiedykolwiek istniało zdanie odzwierciedlające zarówno człowieka, jak i tkwiącego w nim potwora, to właśnie ono, ponieważ nie był to zaledwie charakter Dentona, była to też jego polityka redakcyjna. Bliski przyjaciel opisał Dentona jako człowieka „kompletnie pozbawionego wycucia, pełnego sprzeczności, skrytego”. Dla niektórych dziennikarzy brak pozwolenia czy dyskrecji byłby oznaką słabości. W modelu Gawkera były to kajdany, które należało zrzucić. Bez nich redaktorzy mogli robić rzeczy, których inne witryny czy pisma nie mogły tknąć. Autorzy ci nie bali się palić swoich źródeł, podawać nazwisk, publikować skradzionych materiałów, korzystać z anonimowych przecieków. Nie chcemy znać twojego prawdziwego nazwiska, mówili informatorom, chcemy tylko brudów.

Denton w tym kontekście był libertarianinem. Traktował swoich dziennikarzy jak dorosłych, dawał im wolność, której potrzebowali, traktował żądania swoich czytelników z pełną powagą. Z jakiego innego powodu miałby być właścicielem strony pornograficznej? „Daj ludziom to, czego chcą”, mówił Denton, „statystyki nie mogą się mylić”.

Denton był redaktorem tylko jednej ze swoich witryn, i to przez krótki czas. W listopadzie 2006 roku przejął *Valleywag* i ogłosił swoje

chwilowe przejście roli redaktora w krótkim wpisie. Twierdził, na niecały rok przed artykułem o Peterze Thielu, że witryna będzie poświęcona publikowaniu „otwartych sekretów” — rzeczy, które są otwarcie mówione w prywatnym gronie, ale nie ujawniane szerszej publiczności. *Fakty. Szczegóły. Sekrety.* To te rzeczy Peter Thiel uważał za prywatne, a Denton za należące do wszystkich — i obaj zgodzili się co do tego, że w kontroli nad nimi leży władza. Denton później, po przemyśleniu spraw, mówił: „Ponieważ jestem gejem, nauczyłem się nienawidzić takich otwartych tajemnic. Zazwyczaj, jeśli ktoś jest gejem, jest to otwarty sekret. Wiedzą o tym przyjaciele, rodzina, ale z jakiegoś dziwnego poczucia przyzwoitości nikt o tym nie mówi”.

„Na naszej stronie, w kategoriach treści i ich istotności, ciągle przesuwamy poprzeczkę”, mówił jeden z autorów Gawkera. „A co za tym idzie — nieprzerwanie towarzyszy nam ryzyko, że poprzeczkę w pewnym momencie podniesiemy za wysoko”. Nick uwielbiał ruch generowany przez kontrowersje, choć kontrastowało to z jego własną cichą postawą. Jako właściciel i lider Gawker Media lubował się w roli człowieka kwestionującego rzeczy, które wszyscy inni uważali za niebezpieczne. „Na naszych witrynach nie rozumieliśmy czegoś takiego, jak »posunąć się za daleko«”, mówił Denton. „Prowadzimy mapy pokazujące aktualną pozycję gwiazd, publikujemy zdjęcia celebrytów upijających się na imprezach, ujawniamy seksualność polityków, odkrywamy sekrety Doliny Krzemowej. Jaki byłby sens w powstrzymaniu się? Jesteśmy niezależni, nie tkwi nad nami żaden gigant medialny, nie musimy trzymać się standardów określonych całe pokolenia temu. Pieniądze z reklam wystarczają na opłacenie rachunków i przyciągamy odpowiednich czytelników, którzy póki co lubią to, co publikujemy”.

Kiedy w rezultacie podnoszenia poprzeczki pojawiły się pierwsze pozwy czy nakazy zaprzestania działań, Nick z nimi walczył i robił to publicznie. Chodziło przecież o jego model biznesowy i wizerunek niezłomnego wydawcy.

W 2005 roku Gawker opublikował nagranie zawierające scenę seksualną z udziałem piosenkarza Freda Dursta, ale redakcja po przemyśleniu sprawy usunęła nagranie już po kilku godzinach. Trzy dni później Durst przez swoich prawników wysłał Gawkerowi pismo nakazujące zaprzestania działań i pozwał wydawcę wraz z kilkoma innymi serwisami medialnymi na sumę osiemdziesięciu milionów dolarów. Gawker na początku odpowiedział nie na drodze sądowej, ale internetowej, kpiąc z Dursta za próbę pozwu: „W naszych biurach jest takie powiedzenie, ukute przez naszych mądrych, wypasających węgierskie kozy przodków: jesteś nikiem, dopóki ktoś nie zacznie cię nienawidzić. Ale źle to zrozumieliśmy. Okazuje się, że jesteś nikiem, dopóki ktoś nie pozwie”. Kiedy skończyli już żartować z Dursta, oznajmili mu, że z *przyjemnością* spotkają się w sądzie. Wkrótce potem Durst wysłał przeprosiny do mieszkania Nicka wraz z bukietem świeżych kwiatów.

Pomimo swojej zuchwałości Nick Denton świetnie potrafił czytać ludzi. Wiedział bardzo dobrze, że większość ludzi nie miała nerwów — czy gotówki — aby rzeczywiście pójść z jego firmą do sądu. Czuł się chroniony przez fosę objaśnioną w starym przysłowiu z XX wieku: nigdy nie tocz bitwy przeciwko komuś, kto kupuje tusz na beczki. Łatwiej jest po prostu odpuścić.

Nick zwolnił kiedyś jednego z redaktorów za, jak to sam ujął, „niewystarczającą agresję w tekstach”. Agresja ta była niezbędna dla modelu biznesowego Gawkera, zarówno z perspektywy prawnej, jak i redakcyjnej. Jeden z pierwszych autorów Gawkera opisał ten styl bardzo szczerze, bez podkolorowywania czy brandingu: „To nie jest dziennikarstwo... to blogowanie. To upublicznienie plotki, by zobaczyć, co z tego będzie”. Przy tym podejściu redakcja Gawkera, uważając, że to nie jej problem, godziła się na to, by ludzie, miliony czytelników, którzy czytali te plotki, uznawali je za prawdziwe. Siłą Gawkera były naprawdę gorące wiadomości, a redakcja nigdy nie pozwalała, by coś stało jej na drodze. Ta postawa w kolejnych latach stała u podstaw decyzji Gawkera, aby napisać o Jobsie i skradzionym prototypie iPhone'a,

aby opublikować kontrowersyjny film rekrutacyjny scientologów, aby (słusznie) oskarżyć burmistrza Toronto o uzależnienie od narkotyków. To dlatego Gawker jako pierwszy ponownie rozpalił plotki na temat rzekomej przemocy seksualnej ze strony Billa Cosby’ego, a także opublikował anonimowe donosy na temat Kevina Spacey’ego i młodych chłopców czy o postępowaniu Jamesa Tobacka i Louisa C.K. — opowieści, które kolejne serwisy informacyjne publikowały z zawstydzającym poślizgiem. Ale ten styl był również odpowiedzialny za decyzję Gawkera, aby ujawnić orientację seksualną prezesa pisma modywego, szantażowanego przez gwiazdę porno, by opublikować sekstaśmę Hulka Hogana albo by opisać niezliczone historie, których publikacji firma miała później żałować. Trochę jednak wybiegam w przyszłość.

Zdawało się, że Gawkera nic nie powstrzyma — albo przynajmniej że wciąż nie trafił na przeszkodę, która zdoła go zatrzymać. „Firma działała, tworząc sobie wielkich wrogów”, tłumaczy A.J. Daulerio, który zaczynał w *Deadspin* jako autor tekstów, a w końcu awansował na redaktora naczelnego w Gawkerze. Autorzy wybierali osoby atrakcyjne w oczach czytelników i nieprzerwanie pisali o nich teksty, dopóki tylko do redakcji spływały pogłoski. Nie każdy cel gwarantował serię czytelnicznych hitów. Czasem wystarczył jeden odpowiednio wymierzony cios, aby zmienić życie człowieka. Ale jeśli nadarzyła się okazja — Gawker z niej korzystał. Firma chełpiła się swoją władzą. W pewnym sensie tak samo było z Nickiem. „Bohater” jednego z artykułów napisał do A.J., aby się poskarżyć. Daulerio odpowiedział dwie godziny później tonem, który sugerował, że obydwie strony grają w dobrze znaną grę. „To trudny temat”, mówi. „To taki wrestling”. Autorzy Gawkera pisali, jakby tkwili w klatkach, walcząc przeciwko reszcie świata. A to, czy ciosy były prawdziwe, czy udawane, zależało tylko od tego, co o kimś napisali.

Czy powinniśmy więc się dziwić, że Peter Thiel znalazł się na celowniku Nicka Dentona? Nick, z jego zamiłowaniem do technologii i plotek, ale też niechęcią wobec sekretów. Peter, strażnik tajemnic,

z jego stabilną pozycją w świecie technologii i potrzebą prywatności. Wydaje się sensowne, że ci dwaj mężczyźni stali się, jak ujął to pisarz Ernest Lehman w jednym ze swoich opowiadań, „dwoma ciałami w przestrzeni, wzajemnie przyciągającymi się, lecz też odpychającymi, po wieczność krążącymi wokół siebie jakby po spaczony orbicie, z której ani jeden, ani drugi nie może uciec”. Kwestią czasu było, aby Nick nakazał jednemu ze swoich autorów napisanie tekstu o Peterze i skierowanie orbit na kurs kolizyjny.

„Niedobrze mi się robi na myśl o Thielu!”, tłumaczył Nick w towarzyskiej rozmowie z Owenem Thomasem, skłaniając go do pisania kolejnych tekstów. Denton wiedział, że Thiel zainteresuje czytelników, nawet jeśli Thomas nie był tego pewny.

„Wiedziałem, że Thiel jest gejem. No wiecie, ja przecież jestem”, tłumaczy Owen. „Mam przyjaciół w San Francisco. Ale nie uważałem tego za żaden otwarty sekret, dopóki Nick o tym nie wspomniał”. Gdy już tak się stało, reszta była kwestią czasu. Owen Thomas pracował dla witryny, której zadaniem było upublicznianie takich otwartych sekretów. Do tego właśnie go zatrudniono. I miał już w tym doświadczenie. W ciągu dwóch lat pracy dla *Valleywag* Thomas napisał trzy tysiące dziewięćset sześćdziesiąt dwa teksty (średnio sześć na dzień). Był jeszcze wolnym strzelcem, gdy pisał pierwszy tekst na temat Thiela. Cel: treść i odsłony. Każdy taki autor na umowie o dzieło niejako uczestniczy w długotrwałej rozmowie kwalifikacyjnej — pisze, marząc o stałej pensji i ubezpieczeniu zdrowotnym. Artykuły takie jak ten o Thielu były sposobem, by znaleźć zatrudnienie w Gawkerze. Co więcej, pracą Thomasa było publikowanie tego, co mężczyzna uważał za prawdę. Wśród jego obowiązków nie znajdziemy troszczenia się o uczucia opisywanych osób czy o ich prywatność. Jego praca wymagała również, przynajmniej po części, nadpisania naturalnej ludzkiej tendencji, której Denton nie znosił — poczucia przyzwoitości.

Artykuł był typowym przykładem tego, co oferował Gawker. Idealną historię opowiedzianą na łamach witryny Nick Denton opisał

jako tę, o której dwóch dziennikarzy plotkuje przy barze, mówiąc rzeczy, które mogą powiedzieć prywatnie, ale których redaktor pod krawatem *nie dopuściłby* do druku. W rezultacie w artykule nie znalazło się żadne źródło, ale bez problemu dostrzegaliśmy punkt widzenia. „Thiel ujawnił się publicznie i społecznie”, tłumaczył później Owen, „ale ludzie dbający o jego pieniądze nie chcieli, aby o tym mówił. Uważałem, że to obrzydliwe”. Owen wyjaśniał później, że miał wśród pracowników Thiela informatorów, którzy przekazali autorowi pogłoski, że Thiel miał nadzieję utrzymać swoją orientację w tajemnicy, dopóki nie pozyska funduszy z Bliskiego Wschodu. Czy nie jest to ważna z punktu widzenia dziennikarstwa informacja? Usprawiedliwienie dla poruszenia prywatnej kwestii na łamach witryny? Tak, może wtedy, kiedy potrafi się to udowodnić. Ale zauważę, że w artykule nie odnajdujemy ani śladu dowodów, ani nawet wspomnienia o anonimowym źródle. Nie ma nawet wspomnienia o próbach skontaktowania się z zainteresowanym — żadnej próby podpytania Thiela, dlaczego postanowił żyć tak, a nie inaczej. W tekście nie znajdujemy też ludzkiej empatii, żadnych dowodów na to, że autor rozumiał, że przedmiotem treści jest prawdziwy człowiek, który ma uczucia. W miejsce tych rzeczy odnajdujemy typowego Gawkera, coś, co świetnie opisuje notka wewnętrzna *Valleywag*, która pojawiła się kilka miesięcy później. Autorzy proszeni byli w niej o „jeden przebłysk wredności na każdy artykuł”. Było też coś, co Thiel określił jako rodzaj jawnej, a jednocześnie niejawnej drugorzędnej narracji w tekście Owena, „że osoba ma problemy psychiczne, ponieważ nie chce, aby artykuł został opublikowany, a także dlatego, że z jakiegoś powodu nie chce ujawnić swojej orientacji”.

„Wierzę, że pisząc ten tekst, miałem słuszne dziennikarskie intencje, miałem dobre powody”, mówi Owen o swoim artykule. „Jeśli do niektórych czytelników to nie dotarło po przeczytaniu, za porażkę odpowiedzialny jestem ja, jako pisarz. Znaczy to, że muszę się jeszcze sporo nauczyć”. Intencja ta, która dobrze odzwierciedla postawę Gawkera

i przepaść pomiędzy postrzeganiem a rzeczywistością, miała przeniknąć do prawdziwego świata, w którym Peter Thiel odpoczywał po kolejnym dniu tylko po to, by odkryć, że nagle, tak po prostu, fragment jego prywatnego życia został właśnie ujawniony światu.

Z całą pewnością gej. Nie mamy wątpliwości. W ciągu dwudziestu czterech godzin, przez komentarz Dentona, Thiel miał się też stać *dziwnym, złowieszczym gejem, podejrzenie skrytym w tej kwestii.* Denton zachęcił innych czytelników do spekulowania, dlaczego Thiel utrzymywał swoją orientację w sekrecie. Czy Peter ukrywał swoje prywatne życie, ponieważ przeczyło jego poglądom politycznym? Czy było z nim coś nie tak? *Czy Thiel był po prostu dziwakiem?*

Na tym się nie skończyło. Był to dopiero pierwszy artykuł z wielu. W ciągu jednego dnia kolejny autor *Valleywag* popełnił satyrę tekstu Owena, tym razem jednak ujawniał przed światem nie homoseksualność Thiela, ale jego zamiłowanie do prozy Ayn Rand. Kolejny tekst od Owena zawierał zdjęcie i nazwisko partnera Thiela, wtedy jeszcze tradera w międzynarodowej firmie inwestycyjnej BlackRock. W sumie artykuły o Thielu w latach 2007 i 2008, opublikowane na stronie Gawkera, osiągnęły ponad pół miliona odsłon i umocniły reputację firmy jako tej, która „mówi rzeczy, o których inni boją się wspomnieć”.

I to właśnie był nasz *casus belli*.

Choć konkretna niechęć wobec Thiela mogła napędzać naciski ze strony Dentona na kolejne teksty, to natura tych tekstów, a szczególnie ich ton, miała niewiele wspólnego z samą osobą Petera. Było to po prostu odzwierciedlenie zasad opracowanych w firmie na przestrzeni pięciu lat od chwili, w której Denton rozpoczął tworzenie imperium ze swojego salonu. Artykuł o Thielu wyróżniał się tylko tym, jak mało się wyróżniał na tle innych treści opublikowanych w witrynie. Gawker publikował bardzo podobne rzeczy, w tym wiele znacznie gorszych o znacznie większej liczbie osób.

Może Peter powinien był zrozumieć, że wcale nie chodzi o niego. Może powinien być bardziej gruboskórny. Ale tak się nie stało. Thiel zrozumiał — i wierzył w to — że kiedy artykuły już się pojawiły, to nie będzie ich końca. Dlatego opublikowawszy ten artykuł w grudniową środę o dziewiętnastej pięć, Gawker stworzył sobie wroga, uruchomił proces — proces znacznie większy i bardziej epicki, niż ktokolwiek mógł sądzić.

Jak ujął to Cynceron, początki wszelkich rzeczy są małe — i tak samo było w tym wypadku. Na początku było po prostu coś, co jedna osoba uważała, że powinno być publiczne, a inna uznawała za prywatne; ta pierwsza osoba myślała, że jest zabawna, ta druga potraktowała to bardzo poważnie.

Nie chcę, aby wiedzieli. To nie ich sprawa. To nie to, kim jestem. Nie tak chcę być postrzegany.

Jest mu przykro. Jego partnerowi jest przykro, przykro, że jemu jest przykro. Umysł Thiela pracuje na wysokich obrotach, tak samo, jak miało to miejsce u innych osób opisanych na łamach Gawkera. Instynkt sugeruje zwinąć się w kłębek. Mieć nadzieję, że to wszystko minie. Odczucie złości na nieuczciwość, na przypadkowość, na zbędną nieuprzejmość. Poczucie, że ktoś robi to dla zabawy, dla gry. Że ktoś posiada tę władzę i tak nieodpowiedzialnie z niej korzysta...

To z takich myśli rodzą się spiski.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Rzecz o tym, jak działa współczesna władza – niezwykła opowieść, którą „New York Times” uznał za „niesamowicie wciągającą”, a „The Sunday Times” określił jako „porywającą [...] niesamowitą współczesną historię medialną, którą świetnie się czyta”. Przeczytaj książkę, o której wszyscy mówią!

**KSIĄŻKA
ROKU 2018
WEDŁUG NPR!**

To opowieść o zemście, władzy, spisku i wielkich pieniądzach. Trzymająca w napięciu od pierwszej do ostatniej strony historia intrygi zorganizowanej przez miliardera, **właściciela serwisu PayPal Petera Thiela** – z udziałem najbardziej znanego na świecie zapaśnika Hulka Hogana – udowadnia, że tam, gdzie w grę wchodzi żądza zemsty w połączeniu z milionami dolarów, nic nie jest takie, jakie się pozornie wydaje.

Autor pokazuje, że chęć rewanżu za coś tak teoretycznie błędnego jak plotka może doprowadzić do zniszczenia imperium medialnego. Rozmawia z osobami biorącymi udział w spisku i odsłania kulisy niezwykle drobiazgowego podstępu, w który zamieszani są milionerzy, miliarderzy, gwiazdy sportu i kina. Stawia pytania z jednej strony o kwestię wolności prasy i wypowiedzi we współczesnym społeczeństwie, z drugiej – o etykę postępowania mediów i najbogatszych ludzi na świecie. Czy pieniądze pozwalają miliarderom na przekraczanie granic? Czy prywatność jest wartością, której naruszenie kosztuje setki milionów dolarów? Jaką rolę odgrywa w tym swoboda wypowiedzi? To tylko niektóre kwestie pojawiające się w książce brawurowo opisującej pełną kontrowersji intrygę zakończoną jednym z najsłynniejszych procesów sądowych w dziejach USA.

- Zawiła intryga zaplanowana i zrealizowana z dbałością o najdrobniejsze szczegóły
- Wartka akcja oparta na przenikliwej narracji i rozmowach z uczestnikami spisku, a także jego ofiarami
- Opis trwających kilkanaście lat przygotowań do rewanżu, który zakończył się wielomilionowym wyrokiem skazującym
- Historia konfliktu pomiędzy miliarderem a wydawcą mediów internetowych, które naruszyły prywatność bogacza



RYAN HOLIDAY – doradca medialny, specjalista od PR, autor kampanii i strategii marketingowych, współpracownik wielu znanych i bogatych osobistości ze świata show-biznesu i finansów, jak Robert Greene czy Dov Charney. Kiedyś dyrektor American Apparel, obecnie autor kilkudziesięciu popularnych książek, z których kilka stało się bestsellerami.

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ISBN 978-83-283-8741-6



9 788328 387416

ebook dostępny na:
ebookpoint



Cena: 59,90 zł