МАРК-УВЕ КЛИНГ

# QUALITYLAND

# СТРАНА КАЧЕСТВА

fanzon
МОСКВА 2020

УДК 821.111-312.9(73)
ББК 84(4Гем)-44
К49

Marc-Uwe Kling
QUALITYLAND

Copyright © Marc-Uwe Kling 2017
This edition is published by arrangement
with Literarische Agentur Mertin Inh. Nicole Witte K.,
Frankfurt am Main, Germany

Оформление серии *Андрея Саукова*

Иллюстрация на переплете *Филиппа Барбышева*

**Клинг, Марк-Уве.**
К49 Страна Качества. Qualityland / Марк-Уве Клинг ; [перевод с немецкого Т. Садовниковой]. — Москва : Эксмо, 2020. — 416 с.

ISBN 978-5-04-104922-5

Петер Безработный живет в QualityLand, в Стране Качества. Он утилизатор машин с искусственным интеллектом. Его жизнь подчинена Системе. Компьютеры решают, что ему покупать, кого любить, за кого голосовать. Потребительская утопия. Петер плыл по течению, пока дрон самой успешной компании в мире, TheShop, не доставил ненужный ему товар — секс-игрушку в виде розового дельфинчика. Петер решает ее вернуть, но есть единственная проблема: сделать это — значит доказать ошибочность работы совершенного алгоритма и поставить под сомнение сам принцип существования Страны Качества.

QualityLand, первая книга Марка-Уве Клинга, переведенная на русский язык, — это блестяще умная сатира в традициях Курта Воннегута, Дугласа Адамса и Джорджа Оруэлла, которая предлагает пугающий и слишком смешной взгляд на ближайшее будущее, в которое мы мчимся быстрее, чем хотим признать. Так зачем же медлить дальше? Интернет-магазин TheShop уже знает, что вам понравится!

**УДК 821.111-312.9(73)**
**ББК 84(4Гем)-44**

**© Садовникова Т., перевод на русский язык, 2020**
**© Издание на русском языке, оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2020**

**ISBN 978-5-04-104922-5**

# СТРАНА КАЧЕСТВА

ДЛЯ ТЕБЯ

## ПРИМЕЧАНИЕ К ДАННОЙ ВЕРСИИ ИЗДАНИЯ

Благосклонные читатели, драгоценные, с высокой долей вероятности существующие внеземные жизненные формы, почтенные искусственные интеллекты и уважаемые поисковые алгоритмы, я желаю вам истинного удовольствия от прочтения этого романа. То, что Вы видите перед собой, является версией 1.6 данного произведения. Обновленная версия способствует всестороннему совершенствованию романа.

## ПРОИЗВЕДЕНА СЛЕДУЮЩАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ:

— ликвидирован серьезный пробел в логике в главе 2;

— заменены финальные сцены в главе 7;

— добавлены отсутствовавшие слоганы концерна;

— улучшена совместимость для лиц, страдающих дальнозоркостью;

— персонализирована лента новостей;

— введена новая опция «листание в обратном направлении» для повтора трудных пассажей;

— улучшена синхронизация с верхней височной долей мозга читателя.

Итак, приятного путешествия по *Стране Качества!*
Каллиопа 7.3

# СТРАНА КАЧЕСТВА

ВЕРСИЯ 1.6

# *Пролог*

***«Приезжай туда, где тебя ждет высококачественный уровень! Приезжай в Страну Качества!»***

*Итак, ты впервые в жизни едешь в* ***Страну Качества****. Ты уже волнуешься? В самом деле? Но это приятное волнение! Так как вскоре ты окажешься в стране, которая настолько важна, что после ее образования начался новый отсчет времени:* ***Времени Качества****.*

*Так как ты еще не ориентируешься в Стране Качества, мы подготовили для тебя некоторую ознакомительную информацию.*

*За два года до образования Страны Качества, то есть за два года до Времени Качества, произошел экономический кризис такого размаха, что люди назвали его «кризисом века». Это был уже третий кризис века за десятилетие. Правительство, напуганное паникой на рынках, обратилось за помощью к консультантам по вопросам предпринимательства компании* ***Big Business Consulting (BBC)****, и они решили, что стране прежде всего требуется новое название. Прежнее устарело и, согласно опросам, только вдохновляло реакционных националистов с низкой покупательной способностью. Кроме того, вместе с переименованием удалось избавиться от некоторых неприятных исторически сложившихся обязательств. Так, например, армия страны в прошлом, честно говоря, несколько перегнула палку…*

*Консультанты по вопросам предпринимательства поручили креативным специалистам из компании Welt Weite Werbung («Всемирная реклама»)(WWW) разработать для страны не только новое название, но и одновременно новый имидж, новых героев, новую культуру, короче говоря: новую национальную идентичность. Через некоторое время и после вложения немалых финансовых средств, внесения различных предложений и контрдоводов все участники наконец сошлись на известном сегодня во всем мире названии, которое достойно занимает свое место на маркировке продуктов после слов «Made in»:* ***Страна Качества****. Парламент принял решение о переименовании подавляющим большинством голосов. Или «самым большим числом» голосов, так как новая национальная идентичность категорически запрещает при упоминании* ***Страны Качества*** *использовать положительную или сравнительную степень. Допускается исключительно превосходная! Так что будь осторожен. Если тебя спросят, нравится ли тебе в* ***Стране Качества****, не говори только, что* ***Страна Качества*** *особенная страна. Это не особенная страна. Это самая особенная страна!*

*Также и города, в которых ты побываешь во время твоего путешествия, раньше имели иные маловажные названия. Теперь же у них новые, более звучные или, как сказали бы в* ***Стране Качества****, новейшие и лучшие названия. На юге растет и развивается Индустриальный центр «Гроус», на севере бьет ключом жизнь в университетском городе Прогресс, в центре страны процветает старейший крупный торговый центр «Профит», и бесспорным лидером является столица свободного мира:* ***Город Качества****.*

*Даже жители* ***Страны Качества*** *были переименованы. Они ведь должны быть не простыми людьми, а людьми качества. Прежде всего фамилии людей уж очень напоминали Средневе-*

*ковье и абсолютно не соответствовали прогрессивной национальной идентичности. Страна, где царили Мюллер, Шнайдер и Вагнер, уж никак не могла стать сладкой мечтой инвестора в области высоких технологий. Поэтому рекламное агентство приняло решение, что с этих пор каждый мальчик будет носить фамилию, которая обозначает профессию его отца, а каждая девочка — фамилию, обозначающую профессию матери. Определяющим фактором при этом являлась работа, которая была актуальной на момент зачатия.*

*Мы желаем тебе незабываемых впечатлений в стране Сабины Слесаря-Мехатроника и Вальтера Уборщика, самого популярного рэп-дуэта среднего класса нашего времени. В стране Скарлетт Заключенной и ее брата-близнеца Роберта Надзирателя, самых непобежденных баттл-бот-диджеев века. В Страну Генрика Инженера, самого богатого человека в мире. Добро пожаловать в страну великолепия! Добро пожаловать в* ***Страну Качества****!*

# ПОЦЕЛУЙ

Петер Безработный был сыт.

— Никто, — позвал он.

— Да, Петер? — отозвался Никто.

— Я больше не хочу.

— Хорошо, — ответил Никто.

Никто — персональный цифровой помощник Петера. Петер сам выбрал это имя, так как ему часто кажется, что Никто существует для него. Никто помогает ему. Никто слушает его. Никто говорит с ним. Никто наблюдает за ним. Никто принимает за него решения. Петер даже внушил себе, что Никто его любит. Петер считается «винером», так как Никто — «ВИН» (WIN) — помощник. WIN — аббревиатура от What-I-Need (Что-Мне-Нужно) — была изначально поисковой машиной, в которую обстоятельно, с помощью голосовой команды, а перед этим еще и на клавиатуре, нужно было вводить свои вопросы. В глубине души «ВИН» все еще оставалась поисковой машиной, но вводить вопросы больше не требовалось. «ВИН» и так знает, какой вопрос ей хотят задать. Петеру не нужно прилагать усилия, чтобы найти важную информацию. Важная информация прилагает усилия, чтобы найти Петера.

Никто нашел ресторан, в котором сидит Петер со своими приятелями, в соответствии с предпочтениями Петера и его друзей. Никто также сразу заказал для Пе-

тера подходящий бургер. На салфетках было написано: «Лучшие бургеры из переработанного мяса Города Качества». Тем не менее он Петеру не понравился. Возможно, это связано с тем, что ресторан должен соответствовать не только вкусовым предпочтениям Петера, но и состоянию его счета.

— Уже поздно, — говорит он своим друзьям. — Я, пожалуй, пойду, народ.

В ответ раздается неопределенный рокот.

Петер любит своих друзей. Их ему нашел Никто. Но иногда у него бывает просто плохое настроение, когда он с ними тусуется. Петер отодвигает тарелку, на которой остается больше половины его переработанного бургера, и надевает пиджак. Никто просит счет. Его приносят немедленно. Как и в большинстве ресторанов, официант здесь человек, а не андроид. Машины могут сегодня очень многое, но им все еще не удается пронести полную чашку из точки А в точку Б, не расплескав ее. Кроме того, люди обходятся дешевле. Не приходится нести расходы на приобретение и техническое обслуживание. А в гастрономической сфере еще и расходы на заработную плату. Они работают за чаевые. С андроидами чаевыми не обойтись.

— Как вы будете платить? — спрашивает официант.

— Сенсорным поцелуем, — отвечает Петер.

— Хорошо, — соглашается официант, нажимает что-то на своем айпаде качества, и айпад Петера начинает вибрировать.

Сенсорный поцелуй после введения его в качестве платежного средства мгновенно завоевал признание. Исследователи из QualityCorp, концерна по улучшению жизни,

установили, что губы значительно чувствительнее с точки зрения обнаружения подделки, чем отпечатки пальцев. Хотя критики утверждают, что дело совсем не в этом, а в том, что QualityCorp всего лишь хотела достичь более тесной связи клиентов с их продуктами. Если это действительно было их целью, то, по меньшей мере, у Петера она не срабатывала. Он бесстрастно прикасается губами к своему айпаду качества. Вторым поцелуем дает традиционные тридцать два процента чаевых. После восьмисекундной паузы айпад качества переключается в режим Stand-by, и дисплей гаснет. Петер видит свое слабое темное отражение. Невзрачное белое лицо. Не безобразное, но ничем не примечательное. Настолько непримечательное, что у Петера иногда возникает ощущение, будто он себя с кем-то перепутал. И тогда он думает, как сейчас, что кто-то другой смотрит на него с дисплея.

У входа его уже ждет самоуправляемый автомобиль. Его вызвал Никто.

— Привет, Петер, — говорит автомобиль. — Вы едете домой?

— Да, — отвечает Петер, садясь в машину.

Машина трогается, не спрашивая дорогу и адрес. И то, и другое известно. Или, по меньшей мере, машина знает Петера. Имя автомобиля высвечивается на дисплее. Его зовут Карл.

— Отличная погода, правда? — говорит Карл.

— Хватит болтать, — отвечает Петер.

— Тогда, чтобы вас развлечь, я поставлю лучшие хиты всех времен серии «Кушельрок»[1], — говорит машина и включает музыку.

---

[1] KuschelRock, *нем.* — немецкая серия сборников популярной музыки разных стилей и направлений, начатая в 1987 году.

Петер уже двадцать три года слушает «Кушельрок». Всю свою жизнь.

— Выключи, пожалуйста, — просит он.

— Лучше ничего, чем это, — отвечает машина. — Я должен признаться, что это вовсе не моя музыка.

— Вот как? — удивляется Петер. — Что же нравится тебе?

— Ах, если я еду один, то в основном слушаю «индастриал», — признается автомобиль.

— Ну-ка, включи.

Песня, которая сразу же вырвалась из динамиков, как нельзя лучше соответствовала дурному настроению Петера.

— Нормальная мелодия, — сказал он через некоторое время Карлу, — но не мог бы ты прекратить подпевать?

— О, да, конечно, — согласилась машина. — Прошу прощения. Я подпеваю непроизвольно.

Петер потянулся. Машина была просторна и уютна. Петер, вообще-то, позволял себе транспортный тариф для класса автомобиля, который не соответствовал его уровню. Один из его друзей сегодня сыронизировал, что Петер якобы пребывает в кризисе первой четверти жизни. Друг представил это таким образом, будто Петер купил себе автомобиль! При этом только сверхбогатые особы, мужланы и сутенеры имеют собственную тачку. Все остальные пользуются гигантским парком самоходных автомобилей, принадлежащих транспортным предприятиям. Отец Петера всегда говорил: «Самое большое преимущество самоходных автомобилей заключается в том, что нет необходимости искать место для парковки». Если добрался до нужного объекта, то ты просто выходишь из машины, а она едет дальше и ведет себя так,