

ЗМІСТ

1. ВІЙНА ПОЧИНАЄТЬСЯ	
Вступ	7
2. КОЖЕН ДРІТ — НІБИ НЕРВ	
Як Інтернет змінив світ	33
3. ПРАВДИ ТУТ НЕМАЄ	
Соціальні мережі та кінець секретів.....	67
4. ІМПЕРІЯ ЗАВДАЄ УДАРУ У ВІДПОВІДЬ	
Цензура, дезінформація та похорон правди	101
5. МАШИНА НЕРЕАЛЬНОСТІ	
Правда проти вірусності	140
6. ВИГРАЄШ У МЕРЕЖІ — ВИГРАЄШ ДЕНЬ	
Нові війни за увагу... та владу	174
7. ВІЙНА ЛАЙКІВ	
Конфлікти, що рухають Інтернет та світ.....	211
8. ВОЛОДАРІ ВСЕСВІТУ	
Нові правила та правителі війни лайків	253
9. ВИСНОВОК	
Що ми знаємо і що можемо зробити?	298
Подяки	316

1

ВІЙНА ПОЧИНАЄТЬСЯ

ВСТУП

Ми жили незвичним життям. Незвично було перебувати на так званій війні.

Джордж Орвелл. Данина Каталонії¹

ПЕРШИЙ ПОСТРІЛ ЦІЄЇ ВІЙНИ пролунав 4 травня 2009 року. І війни в ньому ніщо не передвіщало. «Не забудьте сьогодні ввімкнути телевізор, щоб подивитися на Дональда Трампа у вечірньому шоу Девіда Леттермана, коли той презентуватиме свою Найкращу десятку!»

Коли @realDonaldTrump (справжній Дональд Трамп) оприлюднив свій перший увічливий твіт, цей акаунт мало чим відрізнявся від сторінок багатьох інших брендів, корпорацій та знаменитостей, що також приєдналися до «соціальних медіа». Нові інтернет-сервіси, де користувачі могли створювати й поширювати контент на власний розсуд, були місцем знайомств, теревенів, кепкування, потоку думок, вихваляння й реклами. Не дивно, що цим зацікавився й завзятий гендляр Дональд Джон Трамп.

Утім, попри свою поверховість, *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* та схожі сервіси стрімко «мчали до основної магістралі» — тієї, що невдовзі доправить їх до центру громадського життя й глобальної політики. Лишень за кілька років до того *Twitter* виник як задум

¹ Орвелл Джордж. Данина Каталонії [Текст] : [іст. мемуаристика] / Джордж Орвелл ; пер. з англ. Ірини Савюк. — Київ : Видавництво Жупанського, 2019. — 240 с.

кількох друзяк поширювати «статуси» шляхом оновлення текстових повідомлень. І ось, маючи 18 млн користувачів по всьому світу, стартап опинився на хвилі революційного успіху. Щоправда, цьому сприяла інша знаменитість. Через кілька тижнів після першого твіту Трампа помер король поп-музики Майкл Джексон. Його відхід у вічність сколихнув Інтернет. Проте непоправна втрата для музичного світу стала знахідкою для *Twitter*. Мільйони людей поділилися в соціальній мережі скорботою та рефлексіями. Трафік платформи злетів до рекордних 100 тисяч твітів на годину, і сервери не витримували. Люди використовували соціальні мережі для чогось нового — спільного *переживання* події в режимі реального часу.

Трамп також «виїхав на основну магістраль». 63-річний магнат нерухомості щойно пережив четверте банкрутство, коли *Trump Entertainment Resorts* (холдингова компанія казино та готелів) не змогла сплатити боргу обсягом 1,2 млрд доларів і виключила Трампа з правління. Хоча підприємець успішно оновив свій бренд як ведучий телевізійного реаліті-шоу, з часом сяйво успіху згасло. Шоу «Кандидат» упало з початкових прайм-таймових висот до 75-го місця в рейтингу найпопулярніших передач, і зйомки призупинили. Спін-офи зі знаменитостями за Трампового промоутерства все ще йшли, але і їхні рейтинги стрімко падали. Поява в Леттермана була спробою «зупинити кровотечу». Та це не спрацювало. Під час фіналу сезону «Зіркового кандидата», через шість днів після першого твіту Трампа, більшість американців перемикали телевізори на «Відчайдушних домогосподарок» та «Детектива Раша».

Менше з тим, шоуменські ідеї Трампа, сховані під дивакуватою білявою зачіскою, вели до Наступного Великого Проекту.

Спершу все розгорталося повільно як для Інтернету. Онлайн-повідомлення Трампа були спорадичними й з'являлися раз на кілька днів. У перші роки акаунт @realDonaldTrump, очевидно, вели підлеглі Трампа й писали від третьої особи. Вони наповнювали сторінку здебільшого анонсами прийдешніх телез'яв, маркетинговими презентаціями товарів із брендом Трампа (штибу

вітамінів та брелоків), а також не надто вишуканими мотиваційними цитатами («Не бійся бути унікальним — це як боятися найкращого в собі»).

Однак у 2011-му щось змінилося. Частота публікацій твітів зросла вп'ятеро. Дедалі більше повідомлень були написані від першої особи, та найважливіше — змінився тон. Цей @realDonaldTrump дійсно був *справжнім*. Акаунт набув войовничого звучання, його автор опинявся у вирі онлайн-ових чвар (улюбленою мішенню стала комедійна актриса Розі О'Доннелл) та відточував мову, що згодом стане візитівкою Трампа. Використання слів «Сумно!», «Невдаха!», «Слабак!» та «Дурко!» невдовзі сягнуло сотень разів. Тоді участь відомого бізнесмена у віртуальних суперечках на рівні неврівноваженого підлітка ще мала незвичний і негідний вигляд. Але «полум'яні війни» Трампа досягли успіху в тому, що мало найбільше значення: у приверненні уваги.

Що більше зростав рівень персоналізованості повідомлень, то збільшувалося і їхнє політичне наповнення. Трамп занудствував про торгівлю, Китай, Іран і навіть про національні свята. Найпомітнішою з його мішеней став президент Барак Обама (якого ще за кілька років до того Трамп вихваляв як «чемпіона»). І саме Обаму Трамп атакував словесним вістрям. Невдовзі забудовник, що спершу набув репутації плеїбоя, а з часом став ведучим реаліті-шоу, перекинувся на політика правого крила. Він став голосом, що проголошував речі, які хотілося чути, і що «неполіткоректніше» вони лунали, то краще. Невипадково Трамп узявся використовувати свою стрічку, щоб просувати власну виборчу кампанію і скеровувати підписників у *Twitter* до нового сайту (що його створив Майкл Коен, юрист Трампа). Назва сайту — ShouldTrumpRun.com — передбачала питання про те, чи варто Трампу балотуватися в президенти.

Ця технологія давала Трампові негайний відгук: підтвердження, що він на правильному шляху, та своєрідне фокус-тестування, яке допомагало відточити стиль і подвоїти ефективність особливо резонансних повідомлень. Відроджуючи старі інтернетівські теорії змови, Трамп атакував не лише політику Обами, а й піддавав

сумніву саме право Барака перебувати на посаді. («Погляньмо ближче на це свідоцтво про народження».) Реакція в соцмережах зростала. Трамп і *Twitter* разом виводили політику на недосліджену територію.

Через соціальні мережі Трамп не лише вивчав стратегію онлайн-ігор, а й створював нові політичні правила. Усі ці зашкварні твіти не просто завойовували фанатів. Вони підтримували нескінченний цикл зневаги та наруги, що не лише утримував Трампа в центрі уваги, а й змушував хотіти ще.

Інженери, що розробляють соцмережі, умисно проектують платформи так, щоб викликати звикання. Коли користувач публікує якесь повідомлення, що привертає увагу інших, мозок викидає дрібні порції дофаміну і людина потрапляє в пастку лайків, ретвітів та поширень. Як і багато хто з нас, Дональд Трамп піймався на гачок соціальних мереж. Протягом наступних трьох років він особисто написав близько 15 тисяч твітів.

Через 2819 днів після першого твіту @realDonaldTrump опублікував повідомлення, адресоване новому світу. То був світ, у якому дев'ять із десяти американців мали акаунти в соціальних мережах (сам тільки *Twitter* вихвалявся 300 млн активних користувачів). То був світ, сформований онлайн-вірусністю та «альтернативними фактами». Світ, у якому акаунт, що колись завалював читачів повідомленнями про «омріяний домашній матрац Трампа», відтепер проголошував сотням мільйонів таке: «Для мене честь служити вам, великому американському народу, як ваш 45-й президент Сполучених Штатів!»

Хоча наша розповідь починається з цього, книжка не про президентство Трампа. Вона про те, як новий різновид зв'язку перетворився на новий різновид війни. Прагнення Трампа провести власний ребрендинг, а потім потрапити до Білого дому стало не просто маркетинговою чи політичною кампанією — то був також глобальний інформаційний конфлікт, розпалений за допомогою сотень мільйонів людей через десятки платформ соцмереж, жодної з яких не існувало ще не так давно. Новітнім виявилось не лише поле бит-

ви, але й зброя і тактика. Коли Трамп націлив свої перші цифрові шпильки на Розі О'Доннелл, то випробував ті самі інструменти впливу, якими згодом скористається, щоб перемогти у президентських перегонах — а невдовзі й переформатувати геополітику.

Трамп був не один. Паралельно з розгортанням його битви за увагу виборців тисячі інших людей починали в соцмережах власні протистояння. Учасники були різні: від політиків та знаменитостей до солдатів, злочинців і терористів. З конфліктів плоти й крові виникли конфлікти популярності та сприйняття. Коли ж ставки цих онлайн-протистоянь зросли, вони почали нагадувати війни й викликати аналогічні почуття. Незабаром вони таки *стануть* війною.

ВІЙНА НАБУВАЄ ВІРУСНОСТІ

Вторгнення запустили хештегом.

Улітку 2014 року бойовики самопроголошеної Ісламської Держави (також відомої як ІДІЛ, або арабською *Даеш*) увірвалися на північ Іраку, озброєні автоматами АК-47, гранатами і навіть мечами. Їхні запилюжені пікапи швидко просувалися пустелею. Далекі від того, щоб тримати свою операцію в секреті, ці бойовики, навпаки, потурбувалися, щоб про неї знали всі. У соціальних мережах організували спеціальну кампанію щодо висвітлення операції. Її підтримували віддані фанати, а підсилювала ціла армія *Twitter*-ботів. Вони постили селфі одягнених в усе чорне бойовиків і виставляли в *Instagram* зображення конвоїв, схожих на кадри зі «Скаженого Макса». Існував навіть додаток для смартфонів, завдяки якому фанати джихаду, які стежили за подіями з дому, могли контактувати в соцмережах заради солідарності й поширювати повідомлення загарбників іще далі. Щоб максимізувати шанси на те, що алгоритми Інтернету зроблять кампанію вірусною, повідомлення поширювали під промовистим хештегом: #AllEyesOnISIS (всі очі на ІДІЛ).

Незабаром цей хештег досяг своєї мети. Він став топовим в арабському *Twitter*, заповнивши екрани мільйонів користувачів —

включно із захисниками та мешканцями міст, на які була націлена Ісламська Держава. Завдяки цьому вимоги бойовиків швидко здатися поширювалися регіонально та персонально, а мішені гортали ці повідомлення на своїх телефонах. Ролики ІДІЛ демонстрували, зокрема, жахливі тортури та страту тих, хто насмілювався чинити опір. Так терористи досягали своєї мети в реальному світі: #AllEyesOnISIS набув сили невидимого артилерійського обстрілу, а тисячі повідомлень вихором мчали попереду реальної сили. Їхня детонація сіяла терор, розкол та дезертирство.

У певному сенсі Ірак кардинально змінився протягом років, що минули від часу американського вторгнення у 2003-му. Колись диктатор Саддам Хусейн забороняв мобільні телефони, бо доступність зв'язку загрожувала його перебуванню при владі. І ось три чверті іракців користуються мобільним зв'язком. З 2003 року кількість інтернет-користувачів в Іраку зросла зі 150 тисяч до близько 4 млн. Зі смартфонами в руках та доступом до Інтернету, іракські підлітки вже не надто відрізняються від своїх американських однолітків.

Утім, в іншому сенсі Ірак змінився недостатньо. Кровопролитна релігійна війна між шийтською більшістю та знедоленою сунітською меншістю — конфлікт, що забрав життя понад 200 тисяч іракських цивільних та 4,5 тисячі американських солдатів, — тліла й далі. Особливо на заході та півночі, де мешкають переважно суніти, армія була погано підготовлена й часто недофінансована. Армія та поліція ледь довіряли одне одному. Сунітські цивільні довіряли їм ще менше. Позаяк це заклало підґрунтя для вторгнення, ІДІЛ не довелося довго шукати шпигунів та заколотників — їх набирали через форуми й координували через месенджер *WhatsApp*.

Бажаною для ІДІЛ мішенню був Мосул, трьохтисячолітній мультикультурний метрополіс із 1,8 млн мешканців. Коли до нього наблизився авангард ІДІЛ, а #AllEyesOnISIS став вірусним, місто охопив страх. Суніти, шіїти та курди, які жили по сусідству, дивились одне на одного з підозрою. Чи були всі ці якісно зняті обезголовлювання та страти реальними? Чи трапиться те саме тут?

А потім молоді суніти, натхненні образом нестримної чорної орди, з головою занурилися в акти терору, виконуючи роботу загарбників.

Іракська армія була готова захистити місто від цієї нечисленної, але страшної орди — принаймні в теорії. Проте в реальності більша частина 25-тисячного гарнізону Мосула існувала лише на папері, бо давно вже дезертирувала або й узагалі виявилася вигадкою корумпованих офіцерів, які прагнули збільшити собі платню. Ба гірше, близько десяти тисяч, що насправді існували, мали змогу стежити за широко висвітленим просуванням та жорстокістю армії супротивника на своїх смартфонах. Під впливом #AllEyesOnISIS солдати запитували один одного: битися чи тікати? Ворог ще навіть не з'явився, але в лавах захисників уже запанував страх.

Захисники почали розповзатися, і невдовзі цівка перетворилася на стрімкий потік. Тисячі солдатів подалися геть із міста, багато хто кидав зброю та техніку. Більшість місцевої поліції рушила за ними. Серед мешканців Мосула той самий вир чуток призвів до масової паніки. Майже півмільйона цивільних утекли. Коли сили загарбників у складі 1500 бойовиків ІДІЛ нарешті дісталися околиць міста, вони були приголомшені таким успіхом. На позиціях залишалася тільки купка хоробрих (чи розгублених) солдатів та поліцейських, яких було легко перемогти. То була не битва, а різанина, старанно зафільмована й відредагована для наступного циклу поширення онлайн.

Бойовики ІДІЛ радісно публікували фото захопленого арсеналу: там були гори автоматів та амуніції, а також тисячі одиниць виробленої в Америці сучасної техніки — від «Гамбі» до танків «M1A1 Абрамс» і півдюжини гелікоптерів «Чорний яструб». Бойовики влаштували бундючний парад, щоб відсвяткувати свій тріумф. Прихильники могли стежити за цими подіями в реальному часі, перемикаючись між дописами бійців ІДІЛ, які крокували вулицями, і публікаціями тих, хто спостерігав за цією ходою. Усі погляди були різними, але всі обіцяли одне: далі буде більше — набагато більше.

Як так трапилось? Це питання не давало спокою іракському керівництву, яке перебувало в столиці, американським офіцерам,

що тепер намотували кола Пентагоном, та сотням тисяч біженців, вимушених залишити свої домівки. І йшлося не лише про те, що цілі міста здались армії наброду, а й про те, що чотири повні дивізії іракської армії — підготовлені та озброєні наймогутнішою країною світу — фактично випарувалися.

Утім у химерній втраті Мосула та розвалі іракських сил оборони любитель історії міг би почути відлуння іншої дивовижної поразки. У 1940 році, на перших етапах Другої світової війни, Франція здавалася неприступною. Ця країна вихвалялася п'ятимільйонною армією, озброєною сучасними танками та артилерією. Лінія Мажино (60 масивних фортець, що розтяглися на понад 900 миль) поставала як найпотужніше оборонне укріплення в світі. Французькі генерали витратили двадцять років, вивчаючи минулу війну з Німеччиною та креслячи чудові плани нових битв. Коли 2,5 млн нацистських солдатів скупчилися на кордоні, французькі командири вирішили, що вони готові.

Але вони такими не були.

Франція програла менше ніж за два місяці. Німецькі танки прорвалися крізь ліси, які французи вважали непрохідними. Розхвалена лінія Мажино не допомогла. Після цього німецькі війська наступали швидше, ніж французькі генерали могли собі уявити. Командири отримували застарілі накази зупинити ворожі підрозділи, що вже промчали крізь них, обійшли їх або просто опинилися деінде. А коли французькі армії відступали, то вже не мали часу встановити нову лінію оборони, змушені відступати все далі.

Головною силою німецького блицкригу була швидкість: неослабний темп просування змушував французьких захисників нервувати і, зрештою, панікувати. Зброєю, що уможливила все це, виявилось звичайнісіньке радіо. Воно дозволило бронетанковим підрозділам рухатися стрімко й злагоджено. Радіо поширювало доповіді про наступи (іноді справжні, іноді ні), і ці повідомлення розносили сум'яття по всій французькій армії. Радіо також давало німцям змогу бомбардувати французьких лідерів громад та про-