

# ВІЙНА ПОЧИНАЄТЬСЯ

## ВСТУП

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

*Джордж Орвелл. Данина Каталонії<sup>1</sup>*

ПЕРШИЙ ПОСТРІЛ ЦІЇ 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

<sup>1</sup> Орвелл Джордж. Данина Каталонії [Текст] : [іст. мемуаристика] / Джордж Орвелл ; пер. з англ. Ірини Савюк. — Київ : Видавництво Жулапанського, 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 — спільногого *переживання* події в режимі реального часу.

Трамп також «вийшов 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, сковані 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 вищуканими 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 войовничогозвучання, його автор опинявся у вирі онлайнових 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 занудстував 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 плейбоя, 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 відточitiстиль 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 більше на це свідоцтво про народження».) Реакція в соцмережах зростала. Трамп і *Twitter* разом виводили політику на недослідженню 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 нескінчений 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 (sam тільки *Twitter* вихвалається 300 млн активних користувачів). То був світ, сформований онлайновою 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 виявилося не лише поле бит-